
BACHELORARBEIT

Herr
Jonas Maximilian Feil

**Share Economy – Lässt sich
dieses Wirtschaftsmodell mit
Nachhaltigkeit verbinden?**

2015

BACHELORARBEIT

Share Economy – Lässt sich dieses Wirtschaftsmodell mit Nachhaltigkeit verbinden?

Autor:

Herr Jonas Maximilian Feil

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM12wS6-B

Erstprüfer:

Professor Heinrich Wiedenmann

Zweitprüfer:

Elfriede Schiffel

Einreichung:

München, 20.07.2015

BACHELOR THESIS

Share Economy – Is it possible to connect this economic model with sustainability?

author:

Mr. Jonas Maximilian Feil

course of studies:

Applied Media

seminar group:

AM12wS6-B

first examiner:

Professor Heinrich Wiedemann

second examiner:

Elfriede Schiffel

submission:

München, 20.07.2015

Bibliografische Angaben

Feil, Jonas:

Share Economy – Lässt sich dieses Wirtschaftsmodel mit Nachhaltigkeit verbinden?

Share Economy – Is it possible to connect the economic model with sustainability?

50 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VII
1 Einleitung.....	1
2 Aktueller Stand der wissenschaftlichen Forschung.....	3
2.1 Share Economy	4
2.1.1 Erläuterung des Begriffs.....	4
2.1.2 Akzeptanz des Teilens	6
2.1.3 Drei Konzepte der Share Economy	7
2.1.4 Hauptsektoren der Share Economy	10
2.1.5 Grundsätze der Share Economy	14
2.2 Nachhaltigkeit	17
2.2.1 Geschichtlicher Hintergrund	17
2.2.2 Maßnahmen der UNO.....	20
2.2.3 Nachhaltige Entwicklung in Deutschland.....	22
2.2.4 Dimensionen der Nachhaltigkeit.....	23
2.2.5 Regeln der verschiedenen Dimensionen.....	25
2.2.6 Modelle der Nachhaltigkeit.....	27
3 Zusammenspiel von Nachhaltigkeit und Share Economy.....	29
4 Analyse der Unternehmen	34
4.1 BlaBlaCar.....	34
4.1.1 Ökonomischer Beitrag.....	35
4.1.2 Sozialer Beitrag.....	36
4.1.3 Ökologischer Beitrag.....	37
4.2 Etsy.....	38
4.2.1 Ökonomischer Beitrag.....	39
4.2.2 Sozialer Beitrag.....	40
4.2.3 Ökologischer Beitrag.....	41
4.3 Airbnb	44
4.3.1 Ökonomischer Beitrag.....	44
4.3.2 Sozialer Beitrag.....	46
4.3.3 Ökologischer Beitrag.....	47
5 Fazit und Zukunftsausblick	49
Literaturverzeichnis	VII
Anlagen.....	XII

Eigenständigkeitserklärung	XX
---	-----------

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: „Sharing ist weltweit akzeptiert“	6
Abbildung 2: „Hauptsektoren der Share Economy“	10
Abbildung 3: „Drei-Säulen-Modell“	27
Abbildung 4: „Gewichtetes Säulenmodell“	28
Abbildung 5: „Verbreitung von Share Economy“	30
Abbildung 6: „Relevanz bei Produkten und Dienstleistungen“	32
Abbildung 7: „BlaBlaCar“	34
Abbildung 8: „Etsy“	38
Abbildung 9: „airbnb“	44

1 Einleitung

In den westlichen Ländern, insbesondere in den industriell entwickelten Staaten wird die Wirtschaft größtenteils vom Kapitalismus bestimmt. Dieser unterscheidet sich natürlich in den Staaten in gewissen Details, aber das übergeordnete Ziel des Kapitalismus bleibt Wirtschaftswachstum, möglichst hohe Erträge und Gewinne anzustreben. Dabei entsteht der große Vorteil der Innovation, der den ganzen Markt am Leben hält. Durch diesen Erfindergeist verfolgen die Akteure des Systems den Wunsch nach allgemeinem Wohlstand und höherem Lebensstandard. Diese zwei Wünsche sind in den betreibenden Staaten des Kapitalismus auch im Vergleich zu anderen Ländern deutlich erreicht.¹ Die Vergangenheit zeigt jedoch, dass das Erreichen dieser Ziele mit enormen Nachteilen im ökonomischen, ökologischen und auch sozialen Bereich verbunden ist. Beispielsweise liefern sich Unternehmen zerstörerische Wettkampfkämpfe, die Umwelt wird durch Ressourcenverschwendung und Verschmutzung in Mitleidenschaft gezogen und Menschen werden ausgebeutet oder durch Maschinen ersetzt.²

Dank der Massenmedien und ihrer Berichterstattung bekam die Gesellschaft in den letzten 20 Jahren ein immer größeres Verantwortungsbewusstsein in diesen drei Bereichen. Dieses Ethos ist auch unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ bekannt und erlangt immer größere Popularität seitens der Erzeuger und Verbraucher.

Nach Jeremy Rifkin, ein US-amerikanischer Soziologe, Ökonom und Publizist, breitet sich zunehmend ein relativ neues Phänomen aus, das dem Kapitalismus entgegenwirkt und bereits in verschiedenen Wirtschaftssektoren agiert.³

Anstelle des Besitzes von Waren und Dienstleistungen gibt es eine Gegenbewegung, die die Vorteile des Teilens und Borgens erkannt hat. Dieses Konzept ist auch unter dem Namen „Share Economy“ bekannt, welches der Ökonom Martin Weitzman in den 80er Jahren entscheidend geprägt hat.

Mit der Entwicklung der Technologie, besonders der Erfindung des Internets und der internetbasierten Plattformen, bekam das Konzept des kollaborativen Konsums eine Grundlage, auf der es sich positiv entwickeln konnte.

Der Begriff Share Economy, oder auch Kokonsum genannt, bedeutet, laut Rifkin, das strukturierte Ausleihen von Gegenständen und das gegenseitige Bereitstellen von Räumen und Flächen, insbesondere durch Privatpersonen und gemeinsame Interessengruppen.

Auch das Anbieten von Dienstleistungen fällt mittlerweile unter diesen Begriff. Nach der Idee der Ökonomie des Teilens soll man als Rezipient etwas nicht zum Besitz machen, sondern vorübergehend nutzen, bewohnen und bewirtschaften. Im Mittelpunkt steht der Gemeinschaftskonsum. Die Güter wechseln den Besitzer, solange sie brauchbar bzw. verfügbar sind und werden bis an den Zenit des Lebenszyklus verwendet.

¹ Vgl. Stolze Dieter, Jungblut Michael 1969, S. 28 f.

² Vgl. Cammann Alexander 2013

³ Vgl. Rifkin Jeremy 2014, S. 9

Mit Unterstützung von elektronischen Plattformen und sozialen Netzwerken, von denen es mittlerweile genügend gibt, erreicht man einen großen Interessentenkreis, kann schnell agieren und reagieren und eine optimale Nutzung und Auslastung schaffen.

Der Grundgedanke dieses Wirtschaftsmodells ist Nachhaltigkeit und bewusster Konsum in der Gesellschaft. Z.B. sollen sich durch Carsharing mehrere Menschen ein Auto teilen und somit weniger Abgase die Umwelt belasten. Durch den Verkauf von gebrauchter Kleidung und Verschenken von Resten aus dem Kühlschrank soll der Verschwendung unserer Ressourcen Einhalt geboten werden.⁴

Von Experten wird das Konzept nicht mehr als Trend angesehen, sondern als das zukünftige Wirtschaftsmodell unserer Gesellschaft gepriesen.

Mittlerweile hat sich aber daraus ein sehr lukrativer Wirtschaftszweig herausentwickelt. Portale wie Airbnb, Drive-Now oder Uber sind nicht nur gemeinnützige Anbieter, sondern milliardenschwere Unternehmen, die immer beliebter bei Investoren werden.

Da es mittlerweile zahlreiche Mitspieler in diesem neuen Wirtschaftssystem gibt und viele auf den Zug der Nachhaltigkeit aufgesprungen sind, stellt sich die Frage, ob es wirklich gelingt Share Economy zu betreiben und dabei die nachhaltige Entwicklung zu fördern.

Um dieser Frage auf den Grund zu gehen werden bei der folgenden Arbeit verschiedene Methoden verwendet. Die theoretischen Grundlagen werden größtenteils auf aktuelle Literatur gestützt und damit beschrieben. Um die Begriffe in einen Zusammenhang zu bringen und eine Hypothese zu bilden wird unter anderem eine repräsentative Studie verwendet. Die darauf folgende Analyse der Unternehmen wird mit Hilfe von unternehmensbezogenen Internetquellen vollzogen, die in Relation mit der vorher erwähnten Theorie steht.

Die Vorgehensweise dieser wissenschaftlichen Arbeit ist folgende:

Im Vorfeld werden die wichtigsten Begriffe rund um die Fragestellung näher erläutert. Dabei handelt es sich um das Wirtschaftssystem der Share Economy und dem Handlungsprinzip der Nachhaltigkeit bzw. der nachhaltigen Entwicklung. Anschließend wird ein Zusammenhang zwischen den Begrifflichkeiten geschaffen und daraus eine Hypothese gebildet. Diese Hypothese wird in Form einer Unternehmensanalyse beantwortet. Das Ergebnis der Analyse wird im Fazit dargestellt und abschließend ein Zukunftsausblick gegeben.

⁴ Vgl. <http://www.thezeromarginalcostsociety.com>, Zugriff v. 05.07.2015

2 Aktueller Stand der wissenschaftlichen Forschung

Um den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Forschung zu erläutern, folgt eine ausführliche Begriffserklärung von Share Economy und Nachhaltigkeit.

Die wichtigsten literarischen Werke zum Thema Share Economy stammen von Martin Weitzman, Rachel Botsmann und Jeremy Rifkin. Weitzman schrieb bereits 1984 das Buch „The Share Economy – Conquering Stagflation“, das von vielen Befürwortern dieses Wirtschaftskonzept als eine Art Bibel angesehen wird und das Kernkonzept der heutigen Share Economy darstellte. Rachel Botsman hat zusammen mit Roo Rogers das Buch „What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption“ verfasst, in dem die Autoren die Wurzeln des kollaborativen Konsums aufzeigen und bieten damit einen Gegenentwurf zur traditionellen Mentalität der Konsumgesellschaft.

Ein weiterer wichtiger Autor dieses Themas ist Jeremy Rifkin, der mit seiner Veröffentlichung „Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus“ eine Zukunftsvision vom Ende des Kapitalismus schafft. Diese drei Werke werden in der folgenden Arbeit maßgeblich sein, den Begriff der Share Economy zu erklären.

Für das Thema Nachhaltigkeit sind die Autoren Armin Grunwald und Jürgen Kopfmüller von großer Bedeutung. Mit ihrem Werk „Nachhaltigkeit“ geben Sie einen umfassenden und systematischen Überblick über die Hintergründe des Leitbilds der Nachhaltigkeit und über aktuelle Konzepte zu seiner Definition, Messung und Realisierung.

Bei der anschließenden Verknüpfung spielen Harald Heinrichs und Heiko Grunenberg eine wichtige Rolle. Hinsichtlich ihrem Dokument „Sharing Economy - Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur?“, das eine für die Arbeit wichtige Studie beinhaltet, diskutieren Sie konzeptionelle Perspektiven zur Ökonomie des Teilens und präsentieren erstmals empirische Ergebnisse zu diesem Thema mit Hilfe einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage.⁵

⁵ Vgl. Heinrichs, Grunenberg 2012, S.1

2.1 Share Economy

2.1.1 Erläuterung des Begriffs

„Geben ist seliger als nehmen!“⁶ In der Bibel stand bereits der Grundgedanke, der in der heutigen Zeit als Ausgangspunkt der sogenannten „Share Economy“ bekannt ist. Der Urvater von Share Economy, oder in Deutschland bekannt als Kokonsum, ist der Harvard Ökonom Martin L. Weitzmann, der 1942 in New York geboren wurde und sich als Wirtschaftswissenschaftler einen Namen gemacht hat.⁷ In seinem weltweit bekannten Werk „The Share Economy – Conquering Stagflation“, das bereits 1984 erschienen ist, geht er im ursprünglichen Sinne der Frage nach, ob festgesetzte oder flexible Löhne zu einem Beschäftigungswachstum führen. Dadurch entwickelte sich in dem Buch das Kernkonzept der heutigen Share Economy. Dies besagt, dass sich der Wohlstand aller Marktteilnehmer erhöht, je mehr untereinander geteilt wird.⁸ Früher stand der Besitz von Sachen und Gütern im Vordergrund der konsumierenden Gesellschaft, heute ist es eher der Nutzen der Dinge. Dazu müssen einer Person die Güter nicht zwingend gehören, sondern können aus einem Pool von Gemeinschaftsgütern genutzt werden. Damit lassen sich beispielsweise Verschwendungen von Gütern, Umweltverschmutzung, finanzielle Probleme, soziale Diskrepanzen und vieles mehr vermindern.

Nach Weitzman entwickelte sich der Begriff „Share Economy“ immer weiter. Ein anderer Ökonom, der sich diesem Begriff gewidmet hat und bereits in der Einleitung erwähnt wurde, ist Jeremy Rifkin.

Rifkin stellte sich vor Jahren die Frage, was passieren könnte, wenn Millionen von Internet-Usern die traditionellen Kanäle des Marktes umgehen würden. Was wäre, wenn sie ihre eigenen virtuellen Treffpunkte einrichten, in denen sie Ideen, Informationen, Dienstleistungen und Dinge austauschen könnten – und das ohne Vermittler, Zwischenhändler, Preisaufschläge oder Margen.⁹ Mittlerweile hat er eine Antwort darauf bekommen. Es entstand die Share Economy, in der weniger das Marktkapital, sondern das Sozialkapital eine große Rolle spielt und mehr von sozialem Vertrauen als von anonymen Marktkräften lebt. Damit die Nutzer eine Art Marktplatz haben, an denen die Produkte und Dienstleistungen angeboten werden können, gibt es mit Hilfe des Web 2.0 mittlerweile enorm viele verschiedene Plattformen und soziale Netzwerke. Dadurch erreicht man einen großen und globalen Interessentenkreis und kann eine

⁶ Luther 2012, S. 3481

⁷ Vgl. www.scholar.harvard.edu, Zugriff v. 20.06.2015

⁸ Vgl. Weitzmann 1984, S. 101

⁹ Vgl. Rifkin 2014, S. 338 f.

maximale Ausschöpfung erreichen. Durch das Internet ist es auch möglich schnell zu reagieren, bzw. sehr kurzfristig zu handeln.¹⁰

Mittlerweile findet man in der Share Economy Plattformen für sämtliche Bereiche, um seine Bedürfnisse zu befriedigen. Dazu zählen Carsharing, Wohnungssharing, Kleidungssharing, Schmucksharing, Buchsharing, Tauschbörsen und vieles mehr, auf welche in den folgenden Abschnitten noch genauer eingegangen wird.¹¹

Jeremy Rifkin stellt zudem in seinem Werk dar, welche Vorzüge die SE hat. Nach ihm scheint es so, dass alle dieses Wirtschaftsmodell nutzen. Mit anderen Menschen zu teilen, steht für das Positivste im Menschen. Die Abschaffung der Sucht nach Konsum, die Optimierung der Sparsamkeit und die Unterstützung der nachhaltigen Entwicklung ist notwendig, um das zukünftige Überleben zu sichern – so Rifkin.¹²

Neben Rifkin müssen im gleichen Atemzug auch Botsman und Rogers genannt werden, die ihre Forschung ebenfalls dem kollaborativen Konsum gewidmet haben. Rachel Botsman schrieb zusammen mit Roo Rogers in ihrem Buch „What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption“ folgenden Text über die Share Economy:

„Kollaborativer Konsum ermöglicht es den Menschen, die enormen Vorteile des Zugangs zu Produkten und Dienstleistungen gegenüber deren Besitz zu realisieren und dabei Geld, Platz und Zeit zu sparen, neue Freunde zu gewinnen und wieder zu aktiven Bürgern zu werden. (...) Diese Systeme bieten zudem erhebliche ökologische Vorteile, indem sie die Nutzung effizienter gestalten, Abfall reduzieren, die Entwicklung besserer Produkte fördern und den Überschuss beseitigen, der durch Überproduktion und –konsum entsteht.“¹³

Damit meinen Botsman und Rogers, dass man als Nachfrager etwas nicht zu seinem Eigentum macht, sondern vorübergehend benutzt, bewohnt oder bewirtschaftet. Die Voraussetzung dafür ist das Eigentum eines Anbieters, das von der Gemeinschaft genutzt werden kann. Die Grundidee ist dabei der Gemeinschaftskonsum, der auch unter dem englischen Begriff „Collaborative Consumption“ weitgehend bekannt ist. Die Produkte werden solange von verschiedenen Konsumenten genutzt, wie sie brauchbar bzw. verfügbar sind. Dadurch werden die Güter maximal ausgeschöpft.

¹⁰ Vgl. ebenda, S. 342

¹¹ Vgl. ebenda S. 340

¹² Vg. Ebenda, S. 346

¹³ Botsman, Rogers 2011, S. 15 f.

Weitzman, Rifkin, Botsman und Rogers haben zusammengefasst die gleiche Ansicht zu der SE: Durch den gemeinschaftlichen Nutzen der Güter erhöht sich der Wohlstand, die Umwelt wird entlastet und der soziale Austausch wird gefördert.

2.1.2 Akzeptanz des Teilens

Um das Potenzial der Share Economy in der Gegenwart und in der Zukunft zu beurteilen, muss man die weltweite Akzeptanz von Teilen bzw. Sharing betrachten. Das Marktforschungsinstitut Nielsen hat dazu 2013 eine Umfrage in 60 Ländern mit 30.000 Personen geführt. Diese Umfrage ist graphisch in folgender Abbildung dargestellt:

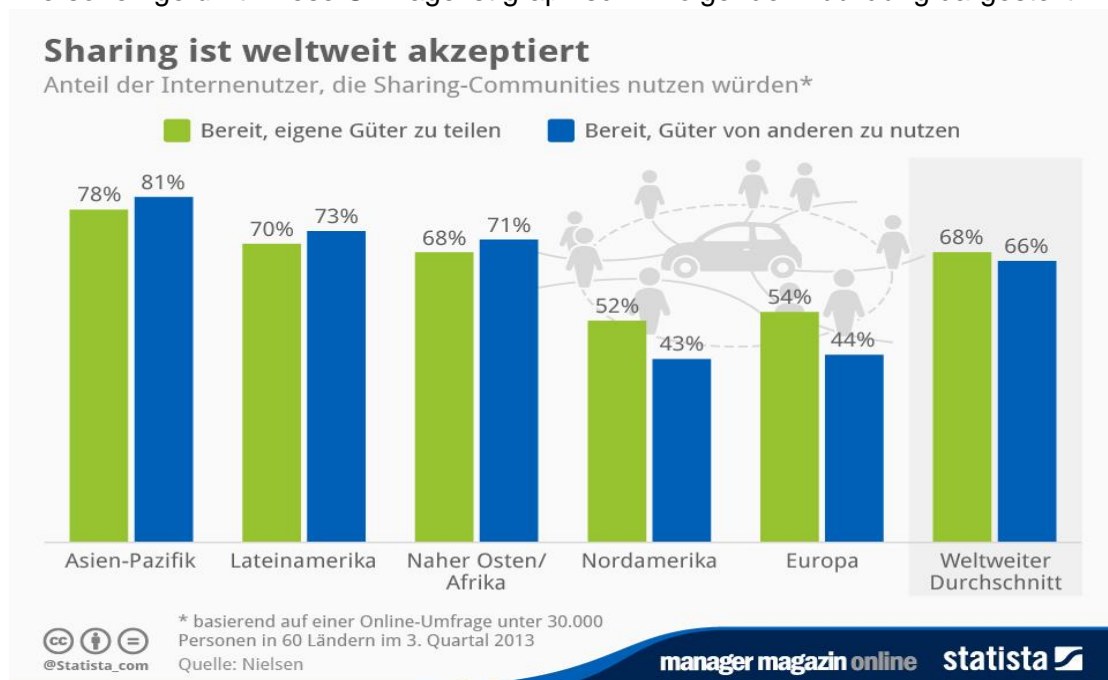


Abbildung 1: „Sharing ist weltweit akzeptiert“¹⁴

¹⁴ www.statista.de, Zugriff v. 21.06.2015

Die erste Auffälligkeit in dieser Statistik ist, dass Schwellen- und Entwicklungsländer eine größere Bereitschaft gegenüber Teilen und Nutzen von Gütern haben, als die Industriestaaten. Menschen die weniger besitzen, wie es in Asien, Lateinamerika und Afrika der Fall ist, haben ein deutlich größeres Interesse an der Nutzung, als Menschen, denen es an weniger mangelt.

Interessant ist auch, dass in den Westlichen Staaten, die Bereitschaft Güter anzubieten höher ist, als diese zu nutzen.¹⁵ Zusammenfassend kann man sagen, dass dieses System weltweit mit großer Mehrheit akzeptiert wird. Das ist eine große Voraussetzung für die Share Economy und um eine soziale Gerechtigkeit zu schaffen.

2.1.3 Drei Konzepte der Share Economy

Zwei führende Forscher auf dem Gebiet des kollaborativen Konsums sind Rachel Botsman und Roo Rogers, die zusammen das Buch „What’s Mine Is Yours – How Collaborative Consumption Is Changing The Way We Live“ 2011 in den USA veröffentlichten. Sie arbeiteten drei Schlüsselfaktoren heraus, die für die Share Economy typisch sind. Das Produkt-Dienstleistungssystem, der Redistributionsmarkt und der kollaborative Lebensstil.

Produkt-Dienstleistungssystem (PSS)

Unter dem Produkt-Dienstleistungssystem versteht man die professionellen Angebote, wie beispielsweise Carsharing oder Verleihangebote für selten genutzte Geräte.¹⁶ Eine immer größer werdende Gemeinschaft aus verschiedenen Altersgruppen und sozialen Schichten findet mehr und mehr Gefallen an diesem System. Sie bezahlen für den Nutzen des Produkts oder der Dienstleistung, wie z.B. ein Auto, ohne es zu besitzen. Das ist das Fundament von PPS, welches die traditionelle Industrie, die auf Besitz abzielt, enorm stört. PPS ermöglicht es Dinge zu nutzen oder zu leihen, die einem Unternehmen oder einer Privatperson gehören. Ein großer Vorteil des Systems für die Umwelt ist, dass ein Produkt, das normalerweise ein bestimmtes Verfallsdatum hat, nicht verschwenderisch genutzt und entsorgt wird, sondern eine maximale Ausnutzung gewährleistet. Es werden Ressourcen gespart und die Umwelt entlastet. Ein weiterer Vorteil von PPS ist der Nicht-Besitz der Güter, was den Konsumenten von Unterhalts-, Versicherungs- und Reparaturkosten befreit. Das spart Geld, welches in wichtigere

¹⁵ Vgl. www.manager-magazin.de, Zugriff v. 21.06.2015

¹⁶ Vgl. Heinrichs, Gruneberg 2012, S. 4

Bedürfnisbefriedigungen, wie z.B. Familie, Kinder, Wohnung und Reisen investiert werden kann.¹⁷

Redistributionsmarkt

Unter dem Redistributionsmarkt versteht man das Verkaufen, Kaufen und Tauschen von Dingen auf Plattformen wie ebay, Kleiderkreisel oder wie es schon lange der Fall ist auf Flohmärkten.¹⁸

Secondhandläden, soziale Netzwerke und Internetplattformen ermöglichen es, gebrauchte oder neue Gebrauchsgegenstände, die einen Vorbesitzer hatten, wieder zu verkaufen. Dadurch werden nicht mehr genutzte Güter wieder in den Kreislauf des Konsums eingebracht. Aber nicht nur gegen Geld kann man in diesem System die Waren erhalten. Auf der Plattform Kleiderkreisel kann man Kleidung oder Accessoires auch gegen Gleichwertiges tauschen und macht Geld überflüssig. Das ist auch bei ebay Kleinanzeigen in anderen Sparten wie Elektronik etc. möglich. Hierbei werden ebenfalls wie bei PPS Ressourcen gespart und Abfälle vermindert, indem alte oder nicht genutzte Dinge nicht weggeworfen werden, sondern weitergegeben werden. Im Redistributionsmarkt spricht man im Englischen von den fünf „R“: reduce, recycle, reuse, repair and redistribute.¹⁹ Ähnlich wie bei PPS werden die Güter bis zum Ultimo genutzt und nicht wie herkömmlich verschwendet. Das geht zwar auf Kosten des Kapitalismus, aber zu Gunsten der Umwelt und der Gesellschaft.

Kollaborativer Lebensstil

Der kollaborative Lebensstil beschreibt Aktivitäten, bei denen Menschen gemeinschaftlichen Konsum ausüben.²⁰ Dieser Austausch geschieht zum einen lokal und beinhaltet ein breites Spektrum von Angeboten. Dazu gehören Arbeitsplätze, die beispielsweise von freien Mitarbeitern genutzt werden können, Gärten, die zur gemeinsamen Bepflanzung dienen, Essen, das unter Nachbarn geteilt wird, oder Parkplätze, die untereinander getauscht werden.

Aber dank dem Internet geschieht der Austausch auch global. Wer gerne reist kann auf Portale wie z.B. Airbnb oder Couchsurfing zurückgreifen. Dort bieten Privatpersonen

¹⁷ Vgl. Botsman, Rogers 2011, S. 71 f.

¹⁸ Vgl. Heinrichs, Gruneberg 2012, S. 4

¹⁹ Vgl. Botsman, Rogers 2011, S. 72 f.

²⁰ Vgl. Heinrichs, Gruneberg 2012, S. 4

ihre Unterkunft oder ein Zimmer, im Vergleich zu einem Hotel für einen günstigeren Preis an. Voraussetzung ist dabei vor allem Vertrauen gegenüber den Nutzern.²¹

Ziele der drei Konzepte

Alle drei Konzepte haben nachhaltige Ziele, die dem Wohl der Umwelt, der Wirtschaft und der Gesellschaft dienen.

Der Ressourcenabbau wird gemindert, da nicht mehr so viele Güter produziert werden müssen. Grund dafür ist die maximale Ausnutzung der bestehenden Produkte, die weit über das herkömmliche Maß ohne Share Economy hinausgehen. Aufgrund des verminderten Ressourcenabbaus wird selbstverständlich die Umwelt geschont und durch die verminderte Produktion von Neuware die Schadstoffemissionen reduziert.

Es kann zum einen Geld gespart werden, z.B. durch Nicht-Besitz von Produkten und deren Unterhalt, und zum anderen Geld verdient werden, z.B. durch Vermietung ungenutzten Raums wie auf Airbnb. Weitere Vorteile sind die Einsparung von Platz, wie bei der Gemeinschaftsnutzung von Gärten oder Büroräumen. Der Ausbau von sozialen Kontakten, die man bei Portalen wie Couchsurfing erlangt, und die Tatsache, dass man etwas zum Wohl der Menschheit beigetragen hat, sind weitere Aspekte, die für dieses Konzept des Teilens sprechen.

²¹ Vgl. Botsman, Rogers, 2011, S. 73

2.1.4 Hauptsektoren der Share Economy

Nach Tobias Schönberg lässt sich Share Economy in fünf große Hauptsektoren untergliedern, in denen dieses Wirtschaftssystem mittlerweile stark aktiv ist. Diese Sektoren sind Güter, Dienstleistungen, Finanzen, Unterkunft und Mobilität.²² Neben den von Schönberg genannten Sektoren lassen sich noch Nahrungsmittel mit anreihen. In der folgenden Abbildung werden die Hauptsektoren und ihre „Global Players“ dargestellt.



Abbildung 2: „Hauptsektoren der Share Economy“²³

²² Vgl. Schönberg 2014, S. 4

²³ www.newsfeed801.rssing.com

Güter

Im Gütersektor unterscheidet man zwischen drei verschiedenen Produkten. Produkte auf Nachfrage, Produkte zum Leihen, und Produkte, die bereits einen Vorbesitzer hatten.²⁴ Bei Produkte auf Nachfrage, wie es z.B. bei der Plattform „Etsy“ der Fall ist, werden die Produkte erst hergestellt, sobald sie online bestellt wurden. Dadurch werden Ressourcen nicht unnötig verschwendet und zudem noch Geld in der Produktion eingespart. Bei Plattformen, die Produkte zum Verleih anbieten, wie beispielsweise bei „Rent The Runway“, kann sich eine Person bei Bedarf das Produkt ausleihen. Dadurch kann man Dinge, die man selten braucht, nutzen, ohne sie kaufen zu müssen. Ein Beispiel hierfür wäre das Ausleihen eines Anzugs für ein Vorstellungsgespräch. Güter, die einen Vorbesitzer hatten, sind meist gebrauchte Gegenstände, für die man keine Verwendung mehr hat. Plattformen wie „ebay“ ermöglichen Privatpersonen diese Dinge wieder weiterzukaufen. Ähnlich agiert auch „Kleiderkreisel“, die auf Kleidung spezialisiert sind. Aber nicht nur der Verkauf, sondern auch der Tausch von Gütern gleichen Wertes fällt unter diese Sparte.

In dem Gütersektor der Share Economy haben alle Anbieter und Nachfrager etwas gemeinsam. Sie verzichten zum Abschließen ihrer Geschäfte auf jeglichen Mittelsmann.

Dienstleistung

In dem Dienstleistungssektor bieten Personen ihre Dienstleistungen an. Diese kann entweder professionell und geschäftlich sein, oder auf einer persönlichen Ebene, wie es unter Nachbarn z.B. der Fall ist.²⁵ Plattformen wie „TaskRabbit“ sind für Anbieter und Nachfrager interessant. Zum einen kann man seine Hilfe dort anbieten und zum anderen Hilfe suchen. Dadurch entsteht ein Netzwerk, in dem sich die Mitglieder gegenseitig flexibel unterstützen können. Dadurch spart man Kosten ein, fördert den sozialen Kontakt, ist zeitlich sehr flexibel und ist nicht auf Dienstleistungsfirmen angewiesen.

²⁴ Vgl. Schönberg 2014, S.4

²⁵ Vgl. Schönberg 2014, S. 4

Finanzen

Traditionell ist der Finanzsektor fest in den Händen der Banken. In der Share Economy sieht das anders aus. Privatpersonen nehmen den Platz der Banken ein und stellen anderen Personen ihr Kapital in Form von Investitionen oder Darlehen zur Verfügung.²⁶ Kickstarter ist der Vorreiter in dieser Szene. Privatpersonen können ihre Ideen vorstellen und somit private Kapitalgeber davon überzeugen, dass man in diese Idee investieren sollte. Im Gegenzug erhalten die Privatinvestoren Anteile an den Erfolgen, an dem Unternehmen oder bekommen Zinsen auf ihr Darlehen zurück. Die Investoren müssen dabei etwas riskieren und abwägen, ob die Idee eine Zukunft hat. Eine tolle Möglichkeit gute Ideen zu realisieren, ohne auf einen schwierigen Bankkredit zurückgreifen zu müssen, den man womöglich nicht bekommt.

Unterkunft

Aufgrund ansteigender Mobilität und begrenzten Wohnraums spielt der Unterakunftssektor in der Share Economy eine große Rolle. Privatpersonen stellen ihr Zimmer oder Wohnung als Alternative zu den klassischen Hotels zur Verfügung und verschiedene Anbieter stellen Arbeitsflächen bereit.²⁷ Auf Plattformen wie „airbnb“ können Leute, die beispielsweise in den Urlaub fahren und ihre Wohnung in dieser Zeit logischerweise nicht nutzen, ihre Unterkunft für andere bereitstellen. Meist ist dies günstiger als sich in ein Hotel einzuquartieren.

Bei „Couchsurfing“ kann ein „Low Budget-Tourist“ wie der Name schon sagt, auf dem heimischen Sofa von anderen Mitgliedern der „Couchsurfing-Community“ nächtigen. Dabei spart man sich nicht nur Geld, sondern fördert auch den sozialen Austausch.

Da Wohnraum begrenzt ist, kann man Online z.B. auf „ShareDesk“ einen Arbeitsplatz stündlich, täglich oder monatlich anmieten.

Zusammenfassend sparen sich sowohl Anbieter und Nutzer Geld, sind flexibler und nutzen den „leeren“ Raum wesentlich effizienter.

²⁶ ebenda

²⁷ ebenda

Mobilität

Mobilität ist der populärste Zweig in der Share Economy. Dazu gehört neben Mitfahrgelegenheiten, die von Privatpersonen angeboten werden auch das Bereitstellen von Fahrzeugen durch Unternehmen.²⁸

Bei Mitfahrgelegenheiten, wie „BlablaCar“ kann der Fahrer weitere Mitfahrer, die das gleiche Ziel haben oder eines, das auf dem Weg liegt, mitnehmen. Ähnlich ist es bei „Uber“, nur, dass der Fahrer die Mitfahrer zu ihrem gewünschten Ziel bringt. Dadurch werden Spritkosten gespart und die Umwelt durch geringere Emissionen weniger stark belastet.

Der andere Bereich ist das Leihen und Verleihen von Autos, welche von Privatpersonen und Unternehmen angeboten werden. Vorreiter dieses Systems war die Daimler AG mit ihrem Tochterunternehmen „Car2Go“, der es mittlerweile durch „DriveNow“ von BMW und andere Firmen nachgemacht wurde. Dieses System funktioniert folgendermaßen. Das Unternehmen stellt einen Fahrzeugpool bereit, der von Privatpersonen durch ein Entgelt genutzt werden kann. Der Fahrzeugpool verteilt sich dabei auf die ganze Stadt. Nutzer können dann per App Fahrzeuge in ihrer Nähe finden und sogar aufsperrern lassen. Dabei fallen für die Nutzer keinerlei Unterhaltskosten an. Obwohl sie keine Autobesitzer sind, fehlt es ihnen aufgrund des ausgebauten Carsharing-Netzes nicht an Flexibilität oder Mobilität. Wiederum wird Geld gespart und die Umwelt dabei geschont.

Nahrungsmittel

Im Nahrungsmittelsektor unterscheidet man zwischen „Foodsharing“ und unter Essenszubereitung. Der Grundgedanke von „Foodsharing“ ist das Teilen von Lebensmitteln, anstatt sie wegzuerwerfen. Das kann aus verschiedenen Gründen sein. Beispielsweise, weil man in den Urlaub fährt und noch Essen im Kühlschrank gelagert hat, oder Lebensmittel beim Kochen übrig geblieben sind. Plattformen wie „Meal Sharing“ bringen Anbieter und Konsumenten zusammen und helfen dabei mit, Nahrungsmittel nicht unnötig zu verschwenden, sondern Bedürftigen zu überlassen.

Aber auch die Essenszubereitung fällt unter diesen Sektor. Bei „Kitchit“ kann man sein Menü, das man essen will, wählen und bekommt einen Koch plus Zutaten direkt nach Hause, wo dieser sich um alles kümmert. Dadurch kann man sich stressfrei um seine Familie kümmern und überlässt die Essenszubereitung und den damit verbundenen Aufwand den Profis.

²⁸ ebenda

2.1.5 Grundsätze der Share Economy

Da Share Economy als ein neues und besonderes Wirtschaftskonzept angesehen wird, müssen zunächst die Grundsätze bestimmt werden, auf denen das System aufgebaut ist. Botsman und Rogers haben in ihrem Buch vier verschiedenen Prinzipien identifiziert: kritische Masse, unausgelastete Kapazität, Glaube an die Gemeinschaft und Vertrauen zwischen Fremden. Diese vier Säulen kann man in jedem Beispiel bezogen auf gemeinschaftlichen Verbrauch wiederfinden. Dabei ist jedes dieser Prinzipien gleichbedeutend wichtig. Fehlt einer dieser Grundsätze geht das System zu Grunde.²⁹

Kritische Masse

Unter der kritischen Masse versteht man einen soziologischen Begriff. Dieser beschreibt die Eigendynamik, die ein System benötigt, um sich selbst zu erhalten. In der Kernphysik ist es die Mindestmasse, die benötigt wird, um eine Kettenreaktion aufrecht zu erhalten. Dies lässt sich aber auch auf andere Bereiche übertragen. Beispielsweise auf die sozialen Medien: Wenn eine Fanseite auf Facebook neu generiert wird, aber noch keine bzw. kaum Fans aufweist, ist es oftmals ein ziemlich schwieriger und zäher Prozess, die ersten 1.000 Fans zu gewinnen. Aber ab einer gewissen Masse an Fans, die die Beliebtheit der Seite widerspiegelt, tritt dann allerdings der so genannte „Tipping Point“ ein. Dieser beruht auf dem Motto „so viele können nicht falsch liegen“ und macht das Ganze zu einem Selbstläufer.³⁰ Andere Beispiele sind die Entwicklung eines Buches zum Bestseller oder eine flächendeckende Akzeptanz eines neuen Handys oder eines MP3-Players, welche eine große Anzahl von Personen kauft.

Damit SE erfolgreich wird, muss dem Verbraucher genügend Auswahl angeboten werden, um ihn von der Auswahl und Verfügbarkeit von Produkten bzw. Dienstleistungen überzeugen zu können. Dadurch kann Share Economy mit der herkömmlichen Wirtschaft konkurrieren. Die Anbieter müssen die Versorgung der Produkte gewährleisten, attraktive Angebote für die Nutzer schaffen und den Nutzen der herkömmlichen Wirtschaft, wie beispielsweise das Eigentum von Ware, kompensieren.³¹

²⁹ Vgl. Botsman, Rogers 2011, S. 75

³⁰ Vgl. www.agitano.de, Zugriff v. 22.06.2015

³¹ Vgl. Botsman, Rogers 2011, S. 75 ff.

Unausgelastete Kapazität

In der heutigen Zeit werden Produkte, die wir besitzen nur einen Bruchteil ihres eigentlichen Lebenszyklus genutzt. Autos stehen im Schnitt 23 Stunden pro Tag in einer Garage oder Parkplatz. Büroräume stehen den halben Tag leer. Oft werden die Güter für neuere Versionen ausgetauscht, wie beispielsweise Handys. Raum wird leer stehen gelassen ohne ihn zu nutzen. Essen wird weggeworfen, obwohl es noch zum Verzehr geeignet ist. Autos fahren oft nur mit einer Person, trotz der Kapazität für mehrere Mitfahrer. Dinge nur für einen kurzen Zeitraum zu nutzen macht keinen rationalen Sinn. SE macht sich zur Aufgabe die unausgelastete Kapazität in ausgelastete Kapazität umzuwandeln. Damit sind nicht nur materielle, sondern auch immaterielle Werte gemeint wie Fähigkeiten, Ideen oder Zeit. Durch das Zeitalter des Internets, sozialer Netzwerke und der Erfindung des GPS macht es Share Economy möglich, diesen Leerlauf produktiv zu nutzen, eine größtmögliche Auslastung zu erzielen und dabei enorme Kosten zu sparen.³²

Glaube an die Gemeinschaft

Das System der Share Economy kann nur an Attraktivität gewinnen, wenn so viele Nutzer daran teilnehmen und die Angebote nutzen, um die kritische Masse zu erreichen. Jeder zusätzliche Verbraucher vergrößert den Wert für sich und die vorhandenen Personen im System. Ein Problem, das aber gelöst werden muss, ist die Überbeanspruchung und der Missbrauch der Angebote von Personen, die durch Eigeninteresse und kurzfristiges Denken motiviert werden. Die Frage, die sich jede einzelne Organisation in der Share Economy stellen muss, ist die, wie man eine Balance zwischen den Interessen eines Einzelnen und der Gruppe herstellt.³³ Egoismus ist der Feind in dem Konzept und nur durch gemeinschaftliches Denken und Handeln hat dieses System eine Chance. Jedes Mitglied muss den Glauben haben, Teil eines Ganzen zu sein.

³² Vgl. Botsman, Rogers 2011, S. 83 ff.

³³ Vgl. Botsman, Rogers 2011 S. 88 ff.

Vertrauen gegenüber Fremden

Ohne Vertrauen ist Teilen nicht möglich. Da sich die Marktteilnehmer untereinander meist nicht kennen, muss sich gegenseitiges Vertrauen entgegengebracht werden. Wer seine Wohnung über airbnb vermietet oder sein Auto bei Carsharing anbietet, muss ein gewisses Vertrauen gegenüber Dritten haben. Damit dieses Vertrauen wachsen kann, müssen flächendeckend Bewertungsmechanismen und die Koordinationswerkzeuge eingeführt werden. Ebay ist dabei ein Vorreiter. Durch Bewertungssysteme und Koordinationswerkzeuge wird Vertrauen geschaffen und Missbrauch reduziert. Schon das Foto eines angebotenen Zimmers bei Airbnb schafft Vertrauen und hilft den Menschen bei der Entscheidungsfindung. Sollte das Vertrauen missbraucht worden sein, kann man dies mit Hilfe der Mechanismen und Werkzeuge öffentlich machen und andere vor den „schwarzen Schafen“ warnen.

Egoisten, Störenfriede und Personen, die das System ausnutzen, können somit kenntlich gemacht werden. Im Gegenzug können Offenheit, Freundlichkeit und andere positive Aspekte honoriert und belohnt werden. Dies stellt für das System der Share Economy eine Win-win-Situation dar.³⁴

³⁴ Vgl. Botsman, Rogers 2011, S. 91 ff.

2.2 Nachhaltigkeit

2.2.1 Geschichtlicher Hintergrund

„Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die gewährt, dass künftige Generationen nicht schlechter gestellt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen als gegenwärtig lebende.“³⁵

Dieser Satz, der in dem Abschlussbericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung 1987 niedergeschrieben wurde, bildet die Kernaussage, für die Intention des Handlungsprinzips der Nachhaltigkeit. Die Aussage drückt damit aus, dass alles Handeln und Tun in der Gegenwart zum Wohl der Allgemeinheit und unter der Berücksichtigung der zukünftigen Generationen geschehen soll.

Aber neu ist das Prinzip der Nachhaltigkeit nicht. Bereits in der Kultur südamerikanischen Indianerstämme hat nachhaltige Entwicklung das Leben der Menschen geprägt. Das lässt sich an Hand eines Namens für einen See beweisen, der bei den Indianern zum Fischen genutzt wurde. Übersetzt bedeutet der Name sinngemäß: „Wir fischen auf unserer Seite, ihr fischt auf eurer Seite und niemand fischt in der Mitte!“ Diese einfache Anweisung beschreibt einen nachhaltigen Umgang mit zu dieser Zeit überlebenswichtigen Ressourcen - eine einfache Lebensweise zum Wohl der Menschheit und der Umwelt³⁶

Der Nachhaltigkeitsgedanke findet ebenfalls schon seit der Antike einen festen Platz in den bäuerlichen Kulturen, in denen Nachhaltigkeitsbewusstsein, Verantwortungsgefühl und Respekt vor der Natur eine Selbstverständlichkeit waren.³⁷

Im 18. Jahrhundert findet man erstmalig den Begriff „Nachhaltigkeit“ in der deutschen Geschichte. In Form eines Grundsatzes wurde das Konzept in der Forstwirtschaft formuliert. Oberhauptmann Hans Carl von Carlowitz (1645-1714) aus Freiberg forderte in seinem 1713 veröffentlichten Werk „Sylvicultura Oeconomica, oder Haußwirtschaftliche Nachricht und Naturgemäße Anweisung zur Wilden Baum-Zucht“ eine Form der Holzwirtschaft, bei der immer nur so viele Bäume gefällt werden dürfen, wie durch Wiederaufforstung nachwachsen können. Er spricht dabei von nachhaltender Nutzung der Wälder und plädiert dafür, eine Anpflanzung von Bäumen sicherzustellen, so dass es eine kontinuierliche, beständige und nachhaltige Nutzung gebe.³⁸

Daraus erschließt sich, dass die forstwirtschaftliche Nachhaltigkeit nach Carlowitz bzw. die nachhaltige Waldbewirtschaftung kein autarkes Ziel, sondern vielmehr als Grund-

³⁵ Hauff 1987, S.46

³⁶ Vgl. Chasek, Downie, Brown 2006, S. 43

³⁷ Vgl. Vogt 2009, S. 114

³⁸ Vgl. Schretzmann 2006, S.68

prinzip eines wirtschaftlichen Forstbetriebes zu verstehen ist, welches auf folgenden Komponenten beruht:

- **Langfristigkeit:** Die Leistungen bzw. Wirkungen des Waldes sind stetig zu sichern.
- **Sozialpflichtigkeit:** Die Interessen der Gesellschaft am Wald können zu Einschränkungen der Nutzungsrechte führen.
- **Ökonomie:** Notwendigkeit zur wirtschaftlichen Forstnutzung bei planmäßigem Ressourcenschutz, um einen möglichst optimalen Gesamtnutzen zu erreichen.
- **Verantwortung:** Verantwortungsbewusstsein für die Bedeutung des Waldes für kommende Generationen.³⁹

Aus dem forstwirtschaftlichen Bereich heraus wurde dieser Leitgedanke auf viele ökologische Angelegenheiten projiziert. 1962 entstand durch das Buch „Der stumme Frühling“ von Rachel Carson die moderne Umweltpolitik, die dadurch weltweit bekannt und zu einer gesellschaftsübergreifenden Thematik wurde. Umweltbewusstsein wurde populär. Es entstand dadurch in den USA beispielsweise das Nationale Umweltschutzgesetz „National Environmental Impact Assessment“, kurz NEPA. In Deutschland wurde es kurze Zeit später unter dem Begriff „Umweltverträglichkeitsprüfung“ bekannt.⁴⁰

„Nach § 2 UVP-Gesetz ermittelt, beschreibt und bewertet die UVP die Auswirkungen eines Vorhabens – unter Beteiligung der Bürger – auf

- 1. Menschen, einschließlich der menschlichen Gesundheit, Tiere, Pflanzen u. die biologische Vielfalt,*
- 2. Boden, Wasser, Luft, Klima und Landschaft,*
- 3. Kulturgüter und sonstige Sachgüter sowie*
- 4. die Wechselwirkung zwischen den vorgenannten Schutzgütern.“⁴¹*

Dieser Ansatz geht bereits über die normale Umweltpolitik hinaus und berücksichtigt erstmals auch gesellschaftliche und wirtschaftliche Aspekte.

Da es keine offizielle Definition von Nachhaltigkeit und nachhaltiger Entwicklung gibt, haben verschiedene Wissenschaftler folgende Thesen aufgestellt, die ein besseres Verständnis der Thematik liefern sollen:

³⁹ Vgl. Schretzmann 2006, S.69

⁴⁰ Vgl. www.nachhaltigkeit.info, Zugriff v. 10.06.2015

⁴¹ ebenda

Laut Diefenbacher geht es um den Erhalt des natürlichen Kapitals. „Der natürliche Kapitalstock muss konstant bleiben, die Menschheit muss lernen, von dessen Erträgen zu leben und nicht von dessen Plünderung.“⁴²

Ähnlich sieht es auch Ulrich Grober, der erläutert, dass Nachhaltigkeit immer in der Hauptsache eine Strategie der Selbstbeschränkung und der Reduktion sein muss.⁴³

Diese beiden Ansichten beschreiben ein Handlungskonzept, welches von verantwortungsbewusster Ressourcennutzung geprägt ist, aber die zukünftigen Generationen vorerst außer Acht lassen.

Peter Carnau denkt einen Schritt weiter und erklärt das Konzept so, dass die Grundidee auf der einfachen Einsicht basiert, dass ein System dann nachhaltig ist, wenn es selber überlebt und langfristig Bestand hat.⁴⁴

Hier wird nicht nur die gegenwärtige Situation angesprochen, sondern auch der Nutzen der nachhaltigen Entwicklung für die zukünftigen Generationen berücksichtigt.

Albert Schweitzer (1875-1965) hat es kurz und prägnant auf den Punkt gebracht. „Nachhaltigkeit ist die Fähigkeit, vorauszublicken und vorzusorgen.“⁴⁵

⁴² Diefenbacher 1997, S. 24

⁴³ Vgl. Grober 2010, S. 270

⁴⁴ Vgl. Carnau 2011, S. 14

⁴⁵ Vgl. Grober 2010, S. 34

2.2.2 Maßnahmen der UNO

Vor dem Hintergrund der globalen Umweltbelastung durch Luftverschmutzung, Gewässerbelastung und Ressourcenverschwendung bekam das Thema Umweltschutz und Nachhaltigkeit in der Politik und in den Medien immer größer werdende Aufmerksamkeit. Deswegen entwickelte die UNO Maßnahmen zum Schutz der Umwelt und des Planeten.

Umweltkonferenzen

Aus diesem Grund wurde 1972 von der UNO die erste große Umweltkonferenz in Stockholm ins Leben gerufen, die alle zehn Jahre stattfinden soll, um die Erde vor zu starken Umweltbelastungen durch den Menschen zu schützen. Die Konferenz hatte zur Folge, dass das Umweltprogramm der Vereinten Nationen gegründet wurde. Dieses Programm trug dazu bei, dass zahlreiche Staaten eigenständige Umweltministerien geschaffen haben, was zu dieser Zeit ein enormer Erfolg war.

Da es aber erhebliche Schwierigkeiten bei der Bewältigung der Umweltprobleme gab, wurde von verschiedenen UN-Organisationen die „International Union for Conservation of the Natur“ 1980 erarbeitet. Der Begriff „Nachhaltige Entwicklung“ tauchte dort erstmalig in einem größeren wissenschaftlichen und politischen Rahmen auf. Die Hauptthese dieser Strategie war, dass eine dauerhafte wirtschaftliche Entwicklung ohne die Erhaltung der Funktionsfähigkeit der Umwelt nicht realisierbar sei. Ähnlich wie es schon über zwei Jahrhunderte vorher Hans Carl von Carlowitz in seinem Werk erläutert hat.⁴⁶

Brundtlandkommission

1983 wurde zudem noch die Brundtland-Kommission ins Leben gerufen, benannt nach ihrer Vorsitzenden Gro Harlem Brundtland (ehem. Ministerpräsidentin Norwegens). Die Kommission hatte das Ziel, Handlungsgrundsätze zur Erreichung einer dauerhafter Entwicklung zu erarbeiten.

Es gelang ihr ein Nachhaltigkeitsverständnis zu entwickeln, das bis heute als weltweit geeignetes Fundament für konkretere Strategien akzeptiert wird. Zudem brachte sie den Begriff der nachhaltigen Entwicklung erstmals einer breiten und nichtwissenschaftlichen Öffentlichkeit näher.⁴⁷

In ihrem Bericht stellte die Kommission drei Grundprinzipien in den Mittelpunkt: die globale Perspektive, die untrennbare Verknüpfung von Umwelt- und Entwicklungsaspekten und die Realisierung von Gleichberechtigung, wobei der Augenmerk nicht nur auf der jetzigen Generation liegt, sondern auch auf der zukünftigen.

⁴⁶ Vgl. Grunwald, Kopfmüller 2012, S. 21

⁴⁷ Vgl. Hauff 1987, S.1 ff.

Zudem machte sie vier Problembereiche zum Ziel ihrer Bekämpfung: Raubbau, Ungleichheit in der Vermögens- und Eigentumsverteilung, steigende Armut und die Bedrohung von Frieden und Sicherheit. Daraus erschließt sich, dass Nachhaltigkeit die Bewahrung der Umwelt, die Herstellung sozialer Gerechtigkeit und die Gewährleistung politischer Beteiligung ist.⁴⁸ Nun wurde dem Nachhaltigkeitsgedanken eine ethische Perspektive hinzugefügt und die Verantwortung stand nun im Mittelpunkt.

Weltgipfel Rio de Janeiro

Zu der Brundtland-Kommission gehörte ebenfalls der Beschluss 1992 in Rio de Janeiro eine Konferenz unter dem Namen „United Nations Conference on Environment and Development (UNCED)“ auszurichten.

Diese UN-Konferenz, auch genannt „Der Weltgipfel“, war ein Meilenstein der nachhaltigen Entwicklung und galt als Durchbruch der Bemühungen der Initiatoren. Der Erfolg wurde der außergewöhnlichen Verhandlungsatmosphäre Rio de Janeiros, dem besonderen Engagement einzelner Staaten und Staatengruppen und vor allem der umfassenden medialen Berichterstattung zugeschrieben. Letzteres trug zudem bei, dass der politische Druck auf die Entscheidungsträger zum Positiven erhöht wurde.

Explizit wurden sechs Dokumente zu den wichtigsten Aktionsfeldern der globalen Umwelt- und Entwicklungspolitik verabschiedet:

1. Rio-Deklaration
2. Wald-Deklaration
3. Klimarahmenkonvention
4. Konvention über die biologische Vielfalt
5. Konvention zur Bekämpfung der Desertifikation
6. Agenda 21

Die Agenda 21 stellt ein Aktionsprogramm für Ziele und Maßnahmen dar, die Staaten lokal und weltweit für eine umweltverträgliche, nachhaltige Entwicklung einhalten sollten. Dadurch soll den nachkommenden Generationen ein lebenswertes Leben ermöglicht werden.⁴⁹

Dazu ein Auszug der Agenda 21, der die Problematik verdeutlicht:

„Die Menschheit steht an einem entscheidenden Punkt ihrer Geschichte. Wir erleben eine zunehmende Ungleichheit zwischen Völkern und innerhalb von Völkern, eine immer größere Armut, immer mehr Hunger, Krankheit und Analphabetentum sowie eine fortschreitende Schädigung der Ökosysteme, von denen unser Wohlergehen abhängt. Durch eine Vereinigung von Umwelt- und Entwicklungsinteressen und ihre stärkere Beachtung kann es uns jedoch gelingen, die Deckung der Grundbedürfnisse, die Verbesserung des Lebensstandards aller Menschen, einen größeren Schutz und eine

⁴⁸ Vgl. Hauff 1987, S. 32 ff.

⁴⁹ Vgl. Grunwald, Kopfmüller 2012, S. 24 ff.

*bessere Bewirtschaftung der Ökosysteme und eine gesicherte, gedeihliche Zukunft zu gewährleisten. Das vermag keine Nation allein zu erreichen, während es uns gemeinsam gelingen kann: in einer globalen Partnerschaft, die auf eine nachhaltige Entwicklung ausgerichtet ist.*⁵⁰

2.2.3 Nachhaltige Entwicklung in Deutschland

Aufgrund der Popularität von Nachhaltigkeit auf hoher internationaler Ebene wurde es logischerweise auch ein Thema in der Europäischen Union und deren Politik. Die EU hat es sich zur Daueraufgabe gemacht nachhaltige Entwicklung zu erreichen, zu unterstützen und zu fördern.⁵¹

Nachhaltige Entwicklung ist mit der Lissabon-Strategie im März 2000 in der EU zu einem strategischen Ziel geworden. Auf dem Göteborg-Gipfel im Juni 2001 wurde die Strategie um die Aspekte der Umwelt erweitert und mit dem Titel „Nachhaltige Entwicklung in Europa für eine bessere Welt: Strategie der Europäischen Union für die nachhaltige Entwicklung“ verabschiedet. Alle 27 EU-Staaten sind dazu verpflichtet, die Pläne politisch umzusetzen und mitzutragen.⁵²

Darunter fällt natürlich auch die Bundesrepublik Deutschland, die ihre Anfänge der Umweltpolitik 1971 mit dem Sachverständigenrat für Umweltfragen (SRU) hatte. Dieser Rat hat sich 1994 umfangreich mit dem Begriff „Nachhaltigkeit“ in seinem Umweltgutachten auseinandergesetzt.⁵³

*„Der Umweltrat knüpft an seinen Vorschlag zugleich die Hoffnung, dass sich mit Hilfe dieser einprägsamen Formel dauerhaft-umweltgerechte Entwicklung das Sustainability-Konzept als Leitkonzept für die Umweltpolitik der Zukunft im Bewusstsein der Gesellschaft stärker durchzusetzen zu verankern vermag.“*⁵⁴

Zudem besagt das Gutachten, dass die drei Komponenten ökonomische, soziale und ökologische Entwicklung nicht voneinander abgespalten und gegeneinander ausgespielt werden dürfen. Sie müssen immer als notwendige Einheit gesehen werden, um menschliche Entwicklung auf Dauer zu sichern.⁵⁵

⁵⁰ www.un.org, Zugriff v. 12.06.2015

⁵¹ Vgl. Diefenbacher 1997, S. 42

⁵² Vgl. Vitols 2011, S. 23

⁵³ Vgl. www.nachhaltigkeit.info, Zugriff v. 13.06.2015

⁵⁴ SRU 1994, S. 46

⁵⁵ Vgl. ebenda

Im April 2001 wurde von der Bundesregierung der Rat für Nachhaltige Entwicklung (RNE) berufen, der die Aufgaben hat, die Entwicklung von Beiträgen für die Umsetzung der nationalen Nachhaltigkeitsstrategie, die Benennung von konkreten Handlungsfeldern und Projekten, sowie Nachhaltigkeit zu einem wichtigen öffentlichen Anliegen zu machen.⁵⁶

In Zusammenarbeit mit der Bundesregierung entstand schon 2002 eine nationale Nachhaltigkeitsstrategie, die unter dem Namen „Perspektiven für Deutschland“ bekannt wurde. Die Strategie beinhaltet zehn Managementregeln, die eine Orientierungshilfe für das Handeln in der Gesellschaft und Politik geben sollen. Hierzu gehören kurz aufgeführt die Beteiligung aller Akteure an der nachhaltigen Entwicklung, nachhaltige Produktionsweisen, der Gebrauch erneuerbarer Naturgüter im Rahmen ihrer Fähigkeit zur Regeneration, die weitgehende Nutzung von Alternativen zu nicht erneuerbaren Naturgütern, die Vermeidung von Gefahren und unvermeidbaren Risiken für die menschliche Gesundheit sowie die ökologisch und sozial verträgliche Gestaltung des Strukturwandels, ein geringer Energie- und Ressourcenverbrauch, ausgeglichene öffentliche Haushalte, nachhaltige Landwirtschaft und soziale Zusammenarbeit.⁵⁷

Abschließend kann man sagen, dass Nachhaltigkeit, bzw. nachhaltige Entwicklung seit seinen Anfängen enorm an Popularität gewonnen hat und in Politik und Gesellschaft nicht mehr wegzudenken ist.

2.2.4 Dimensionen der Nachhaltigkeit

Laut Grunwald und Kopfmüller wird das Konzept der nachhaltigen Entwicklung in drei Problemdimensionen untergliedert, die untrennbar zur Zielerreichung berücksichtigt werden müssen. Wie in dem Umweltgutachten des SRU bereits erwähnt wurde, handelt es sich um die ökologische, ökonomische und soziale Dimension.

Ökologische Dimension

Obwohl die ökonomischen und sozialen Fragen eine große Rolle spielen, haben die ökologischen Belange eine besondere Dominanz. Die Erde verändert durch menschliche Eingriffe zunehmend ihre Besonderheiten und Attribute wie z.B. den Abbau von Rohstoffen, die Umlenkung von Stoff- und Energieflüssen, die Veränderung großräumiger natürlicher Strukturen und die kritische Belastung von Schutzgütern, wie die Atmosphäre. Unter der Anforderung, dass die Bedürfnisbefriedigung gegenwärtiger und

⁵⁶ Vgl. www.nachhaltigkeitsrat.de, Zugriff v. 13.06.2015

⁵⁷ Vgl. ebenda

zukünftiger Generationen nur mit dem Erhalt der Natur als Lebens- und Wirtschaftsgrundlage möglich ist, muss die ökologische Dimension als die Wichtigste angesehen werden.⁵⁸

Sie betont den mit materiellen Maßstäben schwer fassbaren Wert der Natur an sich, sowie die nachweisbare Endlichkeit der natürlichen Ressourcen. Daraus leitet sich die wirtschaftliche Notwendigkeit ab, bestehendes Naturkapital weitestgehend zu erhalten und zudem noch allgemein die ökologischen Bedingungen des menschlichen Überlebens zu sichern.⁵⁹

Ökonomische Dimension

Die ökonomische Dimension fokussiert sich im Bezug der Kapitalerhaltung auf die langfristigen Gewinne, die mit vorhandenen Ressourcen erwirtschaftet werden. Sie ist sozusagen das Gegenteil von einer auf kurzfristige Gewinne setzenden Logik stetigen Wirtschaftswachstums. Diese Logik wird in der internationalen Handels- und Wirtschaftspolitik immer wieder als grundlegende Entwicklungsvoraussetzung beschworen, was aber mit ökonomischer Nachhaltigkeit wenig zu tun hat. Aber nicht nur qualitatives Wachstum ist für Nachhaltige Entwicklung relevant. Auch quantitatives Wachstum ist notwendig, um der chronischen Unterversorgung in den ärmeren Ländern im Sinne einer aufholenden Entwicklung entgegenzuwirken. Eine Problematik, die nur schwer zu meistern ist.

Soziale Dimension

Bei der sozialen Dimension steht die Verteilungsgerechtigkeit im Mittelpunkt. Damit ist der Zugang zu Chancen, Ressourcen und Grundgütern innerhalb einzelner Länder, sozialer Schichten, Geschlechter, Altersgruppen und Gesellschaften gemeint. Der globale Verteilungskonflikt zwischen den reichen Industrieländern im Norden der Erde und den armen und hochverschuldeten Schwellen- und Entwicklungsländern im Süden spielt ebenfalls eine enorme Rolle in der Verteilungsgerechtigkeit.⁶⁰

Zu den oben genannten Grundgütern zählen zum einen individuelle Güter und zum anderen soziale Ressourcen. Die individuellen Güter umfassen das Leben selbst, Gesundheit, Grundversorgung mit Lebensmitteln, Kleidung, Wohnung und elementare

⁵⁸ Vgl. Grunwald, Kopfmüller 2012, S. 55

⁵⁹ Vgl. www.bpb.de, Zugriff v. 14.06.2015

⁶⁰ Vgl. ebenda, Zugriff v. 15.06.2015

politische Rechte. Diese Güter ermächtigen einen Menschen, ein sicheres, würdiges und selbstbestimmtes Leben zu führen.

Unter soziale Ressourcen fallen beispielsweise Toleranz, Solidarität, Integrationsfähigkeit, Gemeinwohlorientierung und Gerechtigkeitssinn. Diese Ressourcen sind verantwortlich für einen dauerhaften Zusammenhalt in der Gesellschaft und den Erhalt des sozialen Friedens.⁶¹

2.2.5 Regeln der verschiedenen Dimensionen

Die Enquete-Kommission des deutschen Bundestages „Schutz des Menschen und der Umwelt – Ziele und Rahmenbedingungen einer nachhaltigen und zukunftsverträglichen Entwicklung“, hat für die Zielerreichung der ökologischen, ökonomischen und sozialen Nachhaltigkeit bestimmte Regeln für die jeweiligen Dimensionen formuliert.

Ökologische Regeln

1. Das Maß des Abbaus von erneuerbaren Ressourcen, wie z.B. Holz, darf nicht das Maß der Regeneration überschreiten. Dadurch wird die ökologische Leistungsfähigkeit bewahrt und das natürliche Kapital gesichert.
2. Nicht-erneuerbare Ressourcen, wie z.B. Erdöl, sollen nur in dem Maß genutzt werden, in dem ein gleichwertiger Ersatz in Form von erneuerbaren Ressourcen geschaffen wird.
3. Stoffeinträge in die Umwelt, wie z.B. CO₂-Ausstoß sollen sich an den Umweltmedien, wie Gewässer, Luft und Boden orientieren und nicht überbelasten.
4. Menschliche Eingriffe und Einträge in die Natur müssen in einem ausgewogenen Verhältnis zu dem Reaktionsvermögen der umweltwichtigen Prozesse stehen. Die Umwelt muss die Schadstoffe abbauen können, bevor sie durch weitere Belastungen kollabiert.
5. Gefahren für die Gesundheit in Folge von menschlichen Eingriffen sind zu vermeiden

⁶¹ Vgl. Grunwald, Kopfmüller 2012, S. 58

Ökonomische Regeln

1. Das Wirtschaftssystem soll individuelle und gesellschaftliche Bedürfnisse effizient befriedigen, aber dafür muss das Eigeninteresse in den Dienst des Gemeinwohls gestellt werden. Damit wird das Wohlergehen der jetzigen und zukünftigen Bevölkerung gesichert.
2. Preise müssen so gestaltet werden, damit die Ressourcenknappheit, Produktionsfaktoren, Güter und Dienstleistungen wiedergegeben werden. Die Preise sollen nicht willkürlich auf Gewinnmaximierung ausgelegt sein.
3. Der Wettbewerb ist so zu gestalten, dass funktionierende Märkte entstehen und erhalten bleiben. Zudem sollen Innovationen angeregt werden, damit sich langfristige Orientierung lohnt.
4. Die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit einer Gesellschaft und dessen Kapital, wie z.B. Produktivität und soziales Engagement, müssen im Arbeitsleben mindestens erhalten bleiben. Dieses sollte nicht nur quantitativ vermehrt, sondern auch qualitativ immer verbessert werden.

Soziale Regeln

1. Die Regierung soll die Menschenwürde und die freie Entfaltung der Persönlichkeit gewährleisten und somit den sozialen Frieden sichern.
2. Jedes Mitglied der Gesellschaft muss einen solidarischen Beitrag für die Gesellschaft leisten, wie z.B. Rentenversicherungsbeitrag.
3. Jedes Mitglied der Gesellschaft hat auch einen Anspruch auf den Erhalt von solidarischen Leistungen der Gemeinschaft.
4. Das vorhandene Leistungspotenzial muss erhalten werden, bzw. verbessert werden.⁶²

⁶² Vgl. Deutscher Bundestag Bonn, S. 25 ff.

2.2.6 Modelle der Nachhaltigkeit

Damit das Thema Nachhaltigkeit auch graphisch greifbar und verständlich wird, versuchten verschiedene Wissenschaftler dies bildlich darzustellen. Dadurch entwickelten sich mehrere Modelle, die nach und nach immer ausgereifter wurden. Im folgenden Abschnitt werden die zwei bekanntesten Darstellungen erläutert.

Das „Drei-Säulen-Modell“

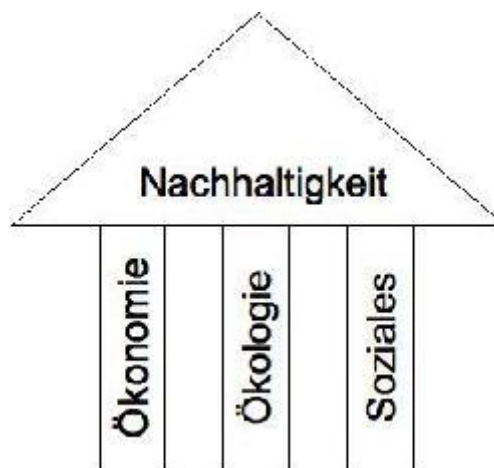


Abbildung 3: „Drei-Säulen-Modell“⁶³

Bei dem ursprünglichen Drei-Säulen-Modell bilden die Dimensionen Ökonomie, Ökologie und Soziales die Stützpfeiler der nachhaltigen Entwicklung. Dabei werden die drei Systeme als äquivalent dargestellt. In der Theorie funktioniert das Modell, aber in der Praxis haben sich diverse Probleme herauskristallisiert. Die Gewichtung der Pfeiler lässt sich aufgrund ihrer Motive und Bedürfnisse der einzelnen Akteure nicht vereinheitlichen. Dazu kommen verschiedene kulturelle, soziale, gesetzliche, politische und religiöse Rahmenbedingungen in den unterschiedlichen Ländern und Regionen der Welt. Die Folge davon ist, dass sich die drei Dimensionen nicht miteinander vergleichen lassen.⁶⁴ Das Modell ist dennoch eine gute Veranschaulichung der untrennbaren Verknüpfung der einzelnen Systeme, auf welche die nachhaltige Entwicklung basiert.

⁶³ www.nachhaltigkeit.info, Zugriff v. 17.06.2015

⁶⁴ Vgl. ebenda

Das gewichtete Säulenmodell

Da die ökologische Leistungsfähigkeit und das natürliche Produktionssystem für Ressourcen eine besondere Primärstellung hat, war es logisch, darüber nachzudenken, die Säule der Ökologie anders darzustellen. Der Deutsche Bundestag und seine Enquete-Kommission formulierten es so: „Insbesondere die Funktionen der Ressourcenbereitstellung und der Aufnahme von Rückständen werden als nicht ersetzbare Leistungen der Natur angesehen, die die Möglichkeiten menschlichen Wirtschaftens begrenzen kann.“⁶⁵ Dr. Volker Stahlmann versuchte sich daran, das ursprüngliche Drei-Säulen-Modell zu optimieren. In seiner Darstellung ist es ihm gelungen, den Konflikt zwischen Ökologie, Ökonomie und Sozialem aufzulösen und ein realitätsnahes Konstrukt der Nachhaltigkeit zu entwerfen. Er beschreibt es folgendermaßen: „Die Ökologie bildet das Fundament, auf dem soziale, kulturelle und ökonomische Säulen aufbauen. Darauf stützt sich das Dach der nachhaltigen Entwicklung.“⁶⁶

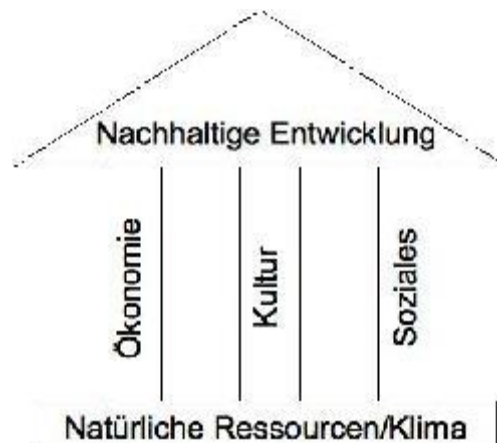


Abbildung 4: „Gewichtetes Säulenmodell“⁶⁷

Die Optimierung und Ergänzung des „Drei-Säulen-Modells“ zu einem „gewichteten Säulenmodell“ ist ein großer Fortschritt für das Verständnis von Nachhaltigkeit. Dadurch wird klar, was das Fundament der Nachhaltigkeit ist und wer ihre Stützpfeiler sind. Laut Grober ist die Natur die alleinige Basis unserer Ökonomie.⁶⁸

⁶⁵ Deutscher Bundestag 1994, S. 32

⁶⁶ Stahlmann 2008, S. 61

⁶⁷ www.nachhaltigkeit.info (Zugriff v. 17.06.2015)

⁶⁸ Vgl. Grober 2010, S.129

3 Zusammenspiel von Nachhaltigkeit und Share Economy

Share Economy bezieht sich in erster Linie auf „Collaborative Consumption“, den gemeinschaftlichen Nutzen von Gütern. Der „Sustainability-Gedanke“ spielt zunächst noch keine primäre Rolle. Harald Heinrichs, Professor für Nachhaltigkeit und Politik am Institut für öffentliche Nachhaltigkeitssteuerung und am Institut für Umweltkommunikation in Lüneburg, versuchte durch mehrere Studien und Publikationen die Wichtigkeit von Share Economy und Nachhaltigkeit herauszuarbeiten. Zusammen mit Heiko Grunenberg veröffentlichte er das Werk „Sharing Economy – Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur?“. Die beiden Autoren sagen in ihrer Veröffentlichung aus, dass im Kontext der internationalen Finanz- bzw. Wirtschaftskrise und in der europäischen Staatsschuldenkrise kapitalismuskritische Perspektiven an Aufmerksamkeit gewonnen haben. Infolgedessen werden von Wirtschaftlern und Politikern alternative Ideen propagiert. Dazu gehören neben wachstumskritischen Konzepten, auch Gegenentwürfe zu dem eigentumsbasierten Wirtschaftskonzept. Ein Konzept mit großem Potenzial nach Heinrichs ist die Share Economy. Laut dem Professor ist dieses Alternativkonzept eng verknüpft mit einer nachhaltigen Entwicklung.

Mit dieser neuen Form der Ökonomie werden hohe Erwartungen verknüpft, wie z.B. eine Dezentralisierung der Wertschöpfung, eine Steigerung von sozialem Kapital und Umweltentlastungen durch eine optimalere Ausnutzung von materiellen Gütern. „Sharing Economy“ könnte laut Heinrichs und Grunenberg damit eine neue Art des nachhaltigen Wirtschaftens und Konsumierens sein. Die Ökonomie des Teilens ist eng verbunden mit dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung sowie mit Ansätzen nachhaltigen Wirtschaftens und nachhaltigen Konsums. Doch wie kam es dazu?

Durch die bereits unter Punkt 2.2.2 aufgeführten Maßnahmen ist die Zivilisation aber weit entfernt von einem nachhaltigen Konsum und damit von einer nachhaltigen Entwicklung. Das zeigen Indikatoren wie der ökologische Fußabdruck, den man durch sein Handeln in der Natur hinterlässt. Demnach würde die Menschheit bereits heute eineinhalb Erden benötigen, wenn alle Länder das Ressourcenverbrauchsniveau von Deutschland hätten. Durch steigenden Ressourcenverbrauch werden es bis 2050 bereits drei Erden sein. Zudem gibt es weitere Parameter, die eine nicht-nachhaltige Entwicklung aufzeigen. Das sind Ressourcenverbrauch, Wasserknappheit, Artensterben, Klimawandel und soziale Ungerechtigkeit.

Aufgrund dessen, was der Erde und deren Bevölkerung angetan wird, zeigen sozialwissenschaftliche Analysen seit den 1970er Jahren einen Wertewandel der Gesellschaft auf. Demnach gewinnen nicht-materielle Werte, wie z.B. soziale Beziehungen oder eine gesunde Umwelt, im Vergleich zu materiellen Werten, wie z.B. hohes Einkommen oder Besitz, immer mehr an Bedeutung. Zudem hat die interdisziplinäre

Glücksforschung herausgefunden, dass das Befriedigen immaterieller Bedürfnisse wesentlich ist für ein glückliches oder zumindest zufriedenes Leben.

Diese Forschungsergebnisse sind von großer Bedeutung für die Frage, welches Potential es für eine Ökonomie des Teilens hat, bei der dieser Nachhaltigkeitsaspekt eine große Rolle spielt.

Vor diesem Hintergrund haben Heinrichs und Grunenberg eine repräsentative Bevölkerungsumfrage durchgeführt, um herauszufinden, wie populär bereits SE ist und wieweit die Nachhaltigkeit eine Rolle spielt.

Dazu wurden 1003 Personen interviewt, die einen repräsentativen Querschnitt der deutschen Bevölkerung darstellen. Dabei wurde Alter, Bildung, Geschlecht und Herkunft berücksichtigt. Drei dieser Fragen sind besonders wichtig um SE und Nachhaltigkeit miteinander zu verknüpfen.⁶⁹ Der Fragebogen findet sich im Anhang wieder.

Wie verbreitet sind alternative Besitz- und Konsumformen?

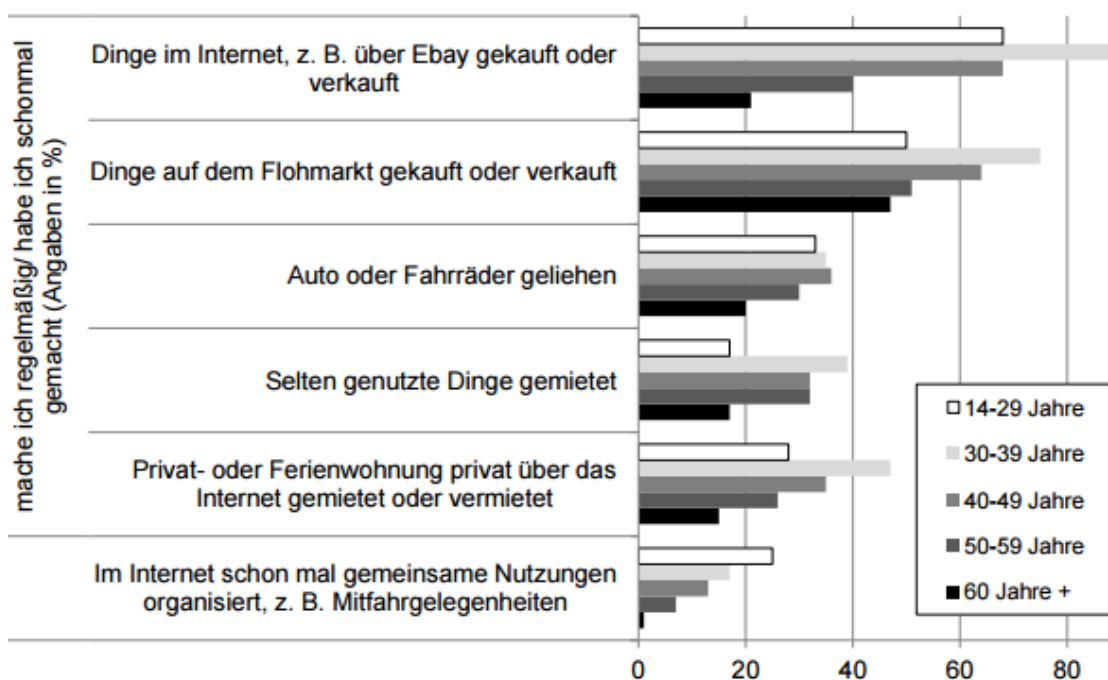


Abbildung 5: „Verbreitung von Share Economy“⁷⁰

⁶⁹ Vgl. Heinrichs, Grunenberg 2012, S. 2 ff

⁷⁰ ebenda, S. 12

Die Auswertung dieser Frage zeigt deutlich auf, dass bereits mehr als die Hälfte der Deutschen Erfahrung mit alternativen Besitz- und Konsumformen gemacht haben. 55% haben auf dem Flohmarkt gekauft. 52% waren Online entweder als Käufer oder Verkäufer von benutzten oder nicht verwendeten Produkten tätig, wie z.B. bei eBay. 29% haben bereits mindestens einmal ein Auto oder Fahrrad gemietet, wie es in deutschen Städten mittlerweile zu genügend angeboten wird. 28% haben auf Grund von Reisen eine Privat- oder Ferienwohnung vermietet oder gemietet, wie sie bei dem Portal Airbnb angeboten werden. 25% mieteten selten genutzte Dinge, z.B. Gartengeräte, bei OBI oder eBay Kleinanzeigen. Geteilter Konsum im Sinne des gemeinsamen Organisierens und Konsumierens über das Internet wird von 12% der Bevölkerung praktiziert. Damit ist beispielsweise das Nutzen von Fahrgemeinschaften und Mitfahrzentralen gemeint.

Interessant ist, dass 25% unter den 14-29-Jährigen, Dinge über das Internet gemeinsam organisiert und genutzt haben. Die Gruppe der 30-39-Jährigen haben eine besonders hohe Affinität zu Verleihangeboten und Geschäfte von privat zu privat. So haben 88% dieser Altersgruppe bereits Sachen auf Plattformen wie eBay gekauft oder verkauft und 48% eine Privat- oder Ferienwohnung gemietet oder vermietet. Daraus lässt sich schließen, dass es bei der Nutzung der alternativen Besitz- und Konsumformen einen Zusammenhang zwischen Alter, Bildung und Einkommen gibt. Man kann abschließend sagen, dass jüngere Personen mit höherer Bildung und höherem Einkommen Plattformen und Angebote der Share Economy relativ häufig nutzen. Diese Bevölkerungsgruppe wünscht sich ein interessantes und abwechslungsreiches Leben, hat ein höheres Vertrauen in andere Menschen und hat eine leicht überdurchschnittliche Sozialorientierung.⁷¹

⁷¹ ebenda, S. 12 f.

Was ist den Menschen bei Produkten und Dienstleistungen besonders wichtig?

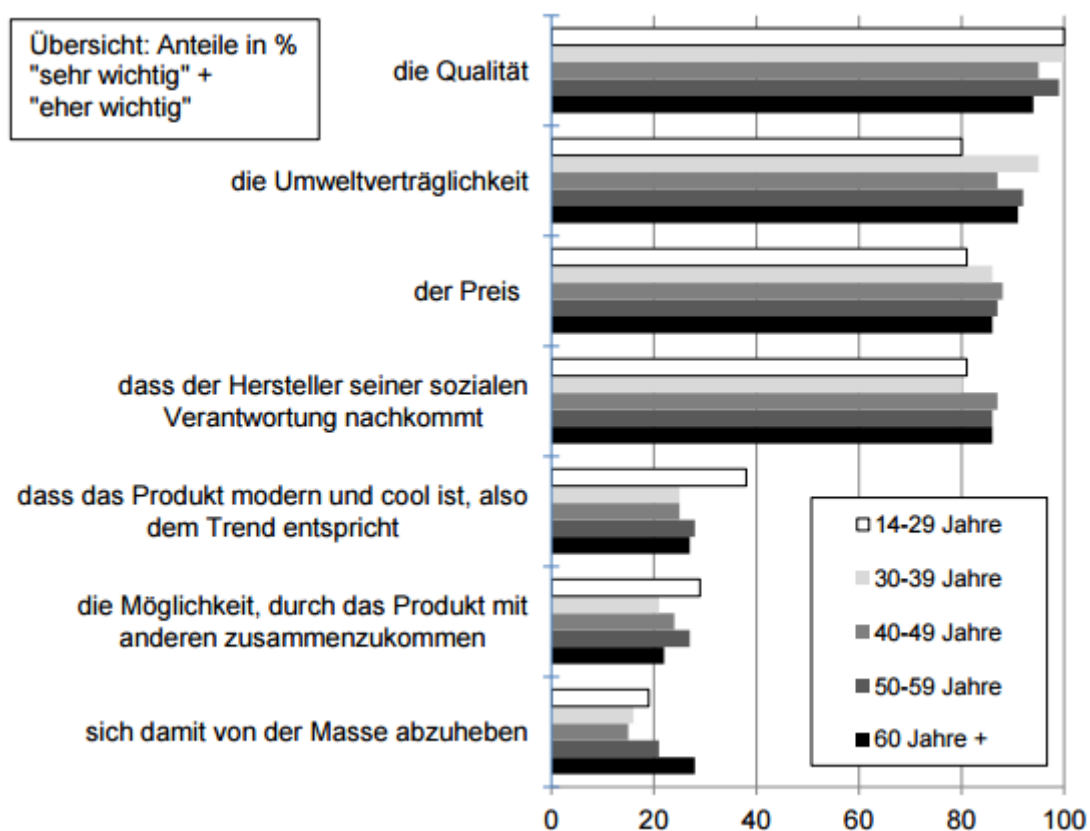


Abbildung 6: „Relevanz bei Produkten und Dienstleistungen“⁷²

In dieser Darstellung lässt sich ablesen, was den Befragten bei Produkten und Dienstleistungen besonders wichtig ist. Dabei ist erstaunlich, dass neben Qualität und der Preis, die Nachhaltigkeitsaspekte eine sehr starke Rolle spielen. 84% der Befragten gaben an, dass die soziale Verantwortung des Herstellers sie deutlich bei der Kauf- oder Nutzungsentscheidung beeinflusst. Bei der Umweltverträglichkeit sind es sogar 89%. Wenn man bedenkt, dass Qualität von 97% und Preis von 89% als besonders wichtig erachtet werden und die Nachhaltigkeitsaspekte für ähnlich viele bedeutend sind, so ist dies sehr bemerkenswert und ergibt einen positiven Ausblick auf die heutigen Wertvorstellungen.⁷³ Daraus lässt sich schließen, dass der Nachhaltigkeitsaspekt in der heutigen Zeit eine enorme Bedeutung hat, wenn es um Bedürfnisbefriedigung geht.

⁷² Ebenda, S. 14

⁷³ Vgl. ebenda

Welche Werte sind Menschen besonders wichtig?

Unsere Wertvorstellungen leiten unser Handeln. Unter den 1003 Befragten waren 73% dabei, denen Besitz und Eigentum wichtig sind. Für den Konsum eine eher schlechte Aussicht, sind diese Werte doch im Gegensatz zu anderen nicht-materiellen Werten den Deutschen weniger wichtig. Werte wie Sicherheit und Zuverlässigkeit werden von 96% als am Wichtigsten eingestuft, Gemeinschaft und soziale Kontakte mit 94% stehen an zweiter Stelle, Kreativität und eigene Ideen mit 88% etwas weiter dahinter. Ein interessantes und abwechslungsreiches Leben belegt mit 87% immerhin noch vor Besitz und Eigentum den vierten Platz. Wenn auch das Streben nach Besitz und Eigentum nach wie vor als bedeutend angesehen wird, so genießen bei einer großen Mehrheit der Deutschen jedoch die sozialen Werte höhere Priorität⁷⁴ - eine ideale Ausgangslage für die Zukunft der Share Economy und der nachhaltigen Entwicklung.

Auswertung der empirischen Studie

Aufgrund der Befragung lässt sich erschließen, dass alternative Besitz- bzw. Nutzungsformen und nachhaltige Entwicklung in Bewegung gekommen sind und mehr als nur ein Kurzzeitphänomen sind. Dies lässt sich an den folgenden drei Punkten festmachen:

1. Die Mehrheit der Befragten benutzt oder nutzte Produkte oder Dienstleistungen aus der Share Economy. Unter der jüngeren Generation sogar deutlich mehr.
2. Nachhaltigkeitsaspekte wie Umweltschonung und soziale Verantwortung sind Nutzern in der Kauf- und Nutzungsentscheidung enorm wichtig und nahezu gleichwertig wie Qualität und Preis.
3. Werte wie Sicherheit, Zuverlässigkeit, Gemeinschaft, soziale Kontakte, Kreativität, eigene Ideen, sowie ein interessantes und abwechslungsreiches Leben sind den Menschen um einiges wichtiger als der Besitz und das Eigentum.⁷⁵

Vor diesem Hintergrund, dass Share Economy immer populärer wird, Nachhaltigkeit immer mehr an Bedeutung gewinnt und die Wertevorstellungen in der Gesellschaft einen Wandel durchleben stellt sich die Frage, ob das Wirtschaftsmodell der Ökonomie des Teilens sich mit den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung vereinen lässt und zudem noch Erfolg hat?

⁷⁴ Vgl. ebenda, S. 15

⁷⁵ Vgl. ebenda, S. 17 f.

4 Analyse der Unternehmen

Um zu sehen, ob das Geschäftsmodell des Teilens sich in der Realität mit den nachhaltigen Aspekten verbinden lässt, müssen hierfür Unternehmen, die dieses System praktizieren, analysiert werden. Die Analyse bezieht sich auf die drei Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung. Es werden im Folgenden drei Unternehmen aus verschiedenen Wirtschaftssektoren betrachtet. Dabei wird versucht herauszuarbeiten, was die einzelnen Unternehmen in der ökonomischen, ökologischen und sozialen Dimension für eine nachhaltige Entwicklung leisten.

Folgende Unternehmen werden untersucht:

- BlaBlaCar (Mobilitätssektor)
- Etsy (Gütersektor)
- Airbnb (Unterkunftssektor)

4.1 BlaBlaCar



Abbildung 7: „BlaBlaCar“⁷⁶

Teure Spritpreise, hohe Unterhaltskosten eines Fahrzeugs, steigende Mobilität und ein neues Umweltbewusstsein machen Mitfahrgelegenheiten attraktiv wie nie zuvor. Die Idee ist aber schon so alt wie das Automobil selbst. Menschen finden sich zu Gruppen zusammen, um gemeinsam von A nach B zu kommen. Im Zeitalter des Internets ist das Organisieren der Mitfahrgelegenheiten sehr leicht und meist nur ein Mausklick entfernt.⁷⁷ Eines dieser Portale ist „BlaBlaCar“. Dies ist eine Mitfahrzentrale des heutigen digitalen Zeitalters, in der sich Fahrer, die freie Plätze im Auto haben, und Mitfahrer, die genau dieselbe Strecke zurücklegen möchten, ganz einfach und unkompliziert finden können. Zudem ist diese in Deutschland noch kostenfrei, sicher und einfach in der Nutzerführung. Das 2006 gegründete und mittlerweile in insgesamt 18 Ländern präsen-

⁷⁶ www.blablacar.de, Zugriff v. 07.07.2015

⁷⁷ Vgl. www.sueddeutsche.de, Zugriff v. 06.07.2015

te Unternehmen ist eine Plattform, auf der man Mitfahrgelegenheiten suchen oder anbieten kann. Laut den Initiatoren wurde von Anfang an der Ansatz einer Reisesuchmaschine mit Community-Charakter verfolgt. Mit dieser Idee wurde der Nerv einer Generation getroffen, für die die Funktionalitäten und Vorteile sozialer Netzwerke heutzutage selbstverständlich sind und täglich in irgendeiner Form genutzt werden.

Durch ein gepflegtes Profil, welches jeder Nutzer anlegen muss, können sich Fahrer und Mitfahrer vor der Fahrt ein genaues Bild des Reisebegleiters machen. Dort findet man Fotos, Autotyp, Alter, Musikgeschmack, Interessen, Bewertungen und sogar die Gesprächsbereitschaft. Diese Informationen sind vielen Menschen manchmal ebenso wichtig wie der angebotene Fahrpreis.

Mittlerweile arbeiten über 300 Mitarbeiter für dieses Portal, das 20 Millionen Mitglieder überzeugt hat und durchschnittlich über zwei Millionen Menschen pro Monat an tausende von Zielen in Europa bringt. Die Zentrale des bislang in insgesamt 18 Ländern operierenden Online-Unternehmens BlaBlaCar befindet sich in Paris. Weitere Länderzentralen sind London, Madrid, Mailand, Warschau, Istanbul, Delhi, Moskau, München, Budapest und Hamburg.⁷⁸

4.1.1 Ökonomischer Beitrag

Fast alle Unternehmen, abgesehen von Non-Profit-Organisationen, zielen auf die Maximierung ihres Gewinns ab. Dabei unterscheidet man, wie in Punkt 2.2.4 bereits genannt, zwischen dem kurzfristigen Gewinn und dem langfristigen Gewinn. Der langfristige Gewinn ist ein Indikator für die nachhaltige Entwicklung im ökonomischen Sinne. BlaBlaCar fährt kurzfristige Gewinne in Form von kleinen Gebühren für die Nutzer ein, wobei in Deutschland das Portal noch kostenfrei ist, im Gegensatz zu anderen Ländern, wie z.B. Frankreich. Viel wichtiger für das Unternehmen sind aber die langfristigen Gewinne. Diese erwirtschaftet das Unternehmen auf zwei verschiedene Arten. Zum einen durch Werbeverträgen mit verschiedenen Anbietern, die ihre Werbung auf der mobilen App und der Webseite gegen ein Entgelt platzieren können - eine oft genutzte Einnahme für kostenfreie Portale, um sich zu refinanzieren. Zum anderen mit vielen Partnerschaften, wie z.B. mit Ikea, Eon und ADAC. BlaBlaCar stellt diesen Unternehmen eigene Portale zur Verfügung, in denen sich die Mitarbeiter zu Fahrgemeinschaften organisieren können. Da diese Portale von BlaBlaCar programmiert werden und auf Dauer gepflegt werden müssen, sind diese Geschäftsverträge Gewinnerträge auf lange Sicht.⁷⁹ Ein weiteres Anzeichen, dass das Unternehmen auf ökonomische

⁷⁸ Vgl. www.blablacar.de, Zugriff v. 06.07.2015

⁷⁹ Vgl. www.süddeutsche.de, Zugriff v. 06.07.2015

Nachhaltigkeit ausgelegt ist, ist die steigende Investorenzahl. Bei seiner ersten Finanzierungsrunde 2012 bekam das Unternehmen zehn Millionen Dollar zusammen, mit denen sie das europäische Netz sehr gut ausgebaut haben. Zwei Jahre später hat es bereits 100 Millionen Dollar von Investoren bekommen, damit es weiter expandieren kann.⁸⁰ Ein sehr starkes Indiz, dass dieses Unternehmen auf längere Zeit in diesem Markt mitspielen möchte. Was ebenfalls für eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit spricht, ist die Preisgestaltung, wie in Punkt 2.2.5 erwähnt ist. Das Unternehmen deckelt die Preise für die Mitfahrgelegenheiten. Dadurch sollen Nutzer auch wirklich nur die realen Kosten zahlen, die durch die Fahrt anfallen und Abzockern, die damit Geld verdienen wollen, diese Möglichkeit erschwert werden.⁸¹

4.1.2 Sozialer Beitrag

Ob ein Unternehmen sozial nachhaltig ist, kann man an mehreren Kriterien festmachen. Im Falle von BlaBlaCar ist es an dem Umgang mit den Mitgliedern, an den Arbeitsbedingungen und natürlich an dem Nutzen des Konzepts für den sozialen Austausch sichtbar.

In Bezug auf Kundenzufriedenheit hat BlaBlaCar die Nase sehr weit vorn. 97% der Nutzer sind mit dem angebotenen Service sehr zufrieden.⁸² Dies wurde auch mit dem ECCCO Award 2014 belohnt. Dieser Preis wird demjenigen Unternehmen verliehen, das sich durch eine besondere Kundenzufriedenheit ausgezeichnet hat und durch ein sehr gutes Kundenmanagement gegläntzt hat.⁸³

Auch beim Thema Arbeitsbedingungen und Arbeitnehmerzufriedenheit steht das Unternehmen positiv da. 2014 bekam es dafür eine Auszeichnung für den 4. Platz der „Best Workplaces“, in dem Wettbewerb von „Great Place to Work“. Die Auszeichnung steht für eine attraktive, mitarbeiterorientierte Arbeitsplatzkultur, in der das Management glaubwürdig, fair und respektvoll mit den Beschäftigten zusammenarbeitet und diese eine hohe Identifikation und einen starken Teamgeist zeigen.

Ebenfalls spielen Arbeitsplatzthemen wie Führung, Zusammenarbeit, Wertschätzung, Betriebsklima, Fairness, berufliche Entwicklungsmöglichkeiten, Gesundheitsförderung und Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Bewertung eine große Rolle.⁸⁴

Als letztes leistet das Konzept an sich, mit dem BlaBlaCar wirbt, einen sozialen Beitrag für die Gesellschaft. Die Mitfahrgelegenheiten bringen Personen aus verschiedener

⁸⁰ Vgl. www.t-online.de, Zugriff v. 06.07.2015

⁸¹ Vgl. www.gute-nachrichten.com, Zugriff v. 06.07.2015

⁸² Vgl. www.blablacar.de, Zugriff v. 06.07.2015

⁸³ Vgl. www.eccco.org, Zugriff v. 06.07.2015

⁸⁴ Vgl. www.greatplacetowork.fr, Zugriff v. 06.07.2015

Herkunft, sozialen Schichten und Interessengruppen zusammen und fördern die soziale Interaktion untereinander. Die Leute können aufgrund des begrenzten Raumes in einem Auto schnell in Kontakt treten und sich durch Gespräche die Zeit vertreiben. Dadurch werden zwischenmenschliche Beziehungen gefördert und ein Beitrag zu einer sozialen Entwicklung geleistet.

4.1.3 Ökologischer Beitrag

Ob ein Unternehmen ökologisch nachhaltig ist, lässt sich an mehreren Kriterien festmachen. Beispiele hierfür wären der Umgang mit den Ressourcen und der Grad der Belastung von Naturgütern, wie z.B. der Atmosphäre. Häufig sieht man auf den Straßen und Autobahnen nur eine Person im Fahrzeug sitzen. Durch die Mitfahrgelegenheiten, die über das Portal angeboten werden, kann der freie Platz im Auto optimal ausgenutzt werden. Infolgedessen müssen weniger Fahrzeuge benutzt werden um von A nach B zu kommen. Wer mobil sein will, muss also kein eigenes KFZ mehr besitzen, sondern kann bei anderen Personen mitfahren. Das hat zur Folge, dass vorhandene Ressourcen – in dem Fall das Auto – optimal ausgenutzt werden. Da nicht jeder ein eigenes Auto benötigt, müssen natürlicherweise auch nicht so viele Neuwagen produziert werden, was wiederum zu dem Ergebnis führt, dass weniger natürliche Ressourcen für die Fahrzeugproduktion verbraucht werden. Der andere positive Effekt ist natürlich die Einsparung von Treibstoffen, wie Benzin und Diesel. Da nicht jeder mit dem Auto fährt, sondern in der Theorie nur einer von ca. vier Personen, wird pro Fahrt schätzungsweise 70% weniger Treibstoff verbraucht, wenn man das zusätzliche Gewicht der Mitfahrer mit einberechnet - eine optimale Ausnutzung der vorhandenen Ressourcen.

Die Einsparung von Fahrzeugen und Treibstoffen hat den positiven Nebeneffekt der Reduzierung des CO₂-Ausstoßes. Einerseits wegen der geringeren Fahrzeugproduktion, die sich aber bis jetzt noch nicht nachweislich an Hand von Mitfahrgelegenheiten messen lassen kann. Langfristig liegt die Vermutung nahe, dass es, sollte dieser Trend anhalten, zu einer geringeren Nachfrage von Neuwagen führt.

Andererseits werden durch den geringeren Spritverbrauch weniger Emissionen in die Atmosphäre ausgestoßen. Allein die Mitfahrgelegenheiten von BlaBlaCar sparten bis zum jetzigen Zeitpunkt seit der Gründung etwa 700.000 Tonnen CO₂ ein.

Aus diesem Grund war BlaBlaCar auch unter den Top 100 der saubersten Unternehmen, die von der „Cleantech Group“ ausgewertet und festgelegt wurden.⁸⁵

⁸⁵ Vgl. www.cleantech.com, Zugriff v. 07.07.2015

4.2 Etsy



Abbildung 8: „Etsy“⁸⁶

*"Es gibt einen Trend hin zu Produkten, die einzigartig sind oder einen Wert bieten, der über das rein Materielle hinausgeht"*⁸⁷

Diese Aussage stammt von Dawanda-Gründerin Claudia Helming und ist in Anbetracht des Erfolges von „Homemade-Produkten“ und „Vintage-Ware“ in der heutigen Zeit sehr nachvollziehbar.

Diesen Trend hat auch der US-Amerikaner Rob Kalin erkannt und gründete das Unternehmen Etsy. Etsy ist ein virtueller Marktplatz, auf dem Menschen aus der ganzen Welt einzigartig hergestellte Produkte verkaufen und kaufen. Dabei ist es Voraussetzung, dass die Produkte entweder handgemacht oder vintage sind. Es werden zudem auch Produkte vertrieben, die deren Herstellung dienen. Das Herzstück von Etsy ist die globale Community. Zu dieser Gemeinschaft gehören kreative Unternehmer, die Etsy nutzen, um zu verkaufen, was sie selber herstellen oder kuratieren, die Käufer, die hier nach Dingen suchen, die es nirgendwo anders gibt, die Hersteller, die mit Etsy-Verkäufern zusammenarbeiten, um diese bei ihrem geschäftlichen Wachstum zu unterstützen, und die Etsy-Mitarbeiter, die diesen Marktplatz betreuen und pflegen. Das Unternehmen wurde im Juni 2005 in New York gegründet, um eine neue Art des Handels zu schaffen. Ziel war es eine Online-Community zu erschaffen, in der Kunsthandwerker, Künstler und andere kreative Menschen handgefertigte Produkte, Vintage-Artikel oder Material und Werkzeug für Hersteller verkaufen können. Mittlerweile ist dadurch ein erstaunlich erfolgreiches Unternehmen geworden, das mit 717 Mitarbeiter, 1,4 Millionen Verkäufer, 20,8 Millionen Käufer, 32 Millionen angebotenen Artikeln und einem Jahresumsatz von 1,93 Milliarden Dollar zu einem Global Player der Share Economy aufgestiegen ist.⁸⁸

⁸⁶ www.etsy.de, Zugriff v. 08.07.2015

⁸⁷ Vgl. www.abendblatt.de, Zugriff v. 08.07.2015

⁸⁸ Vgl. www.etsy.de, Zugriff v. 08.07.2015

4.2.1 Ökonomischer Beitrag

Laut der Agenda 21 gibt es mehrere Beiträge, die ein Unternehmen leisten kann, um ökonomische Nachhaltigkeit zu erzielen. Einer dieser Beiträge ist die Förderung der Liberalisierung des Handels. Unter der Liberalisierung des Handels versteht man die Beteiligung der Entwicklungsländer am Markterfolg und die besseren Marktzugangsmöglichkeiten zu deren Exportgütern.⁸⁹ Da Etsy weltweit alle Länder an dem Marktgeschehen teilnehmen lässt und auch Verkäufer von nahezu allen Ländern bereits auf diesem Portal ihre selbstgemachten Waren verkaufen, ist dies eine klare Förderung der Liberalisierung und somit ein ökonomischer Beitrag zur Nachhaltigkeit.⁹⁰ Was zudem noch für nachhaltige Entwicklung spricht, sind die längerfristigen Kooperationen und Partnerschaften zwischen Unternehmen und Institutionen aus Industrie- und Entwicklungsländern, die durch dieses Portal entstehen und bereits entstanden sind.⁹¹

Im April 2015 startete das Unternehmen an der Technologiebörse Nasdaq und konnte 16,7 Millionen Aktien verkaufen und dadurch 267 Millionen Dollar einnehmen.⁹² Bereits vor einem Börsengang muss ein Unternehmen seine Leistungsfähigkeit, Innovationsfähigkeit und vor allem die Zukunftsperspektiven unter Beweis stellen.⁹³ Das spricht ebenfalls für eine ökonomische Nachhaltigkeit, da Etsy durch den Börsengang sein Kapital langfristig vermehren will. Laut dem Handelsblatt hat ein Börsengang folgende Absichten:

- Steigerung des Bekanntheitsgrads und Verbesserung des Images
- Höhere Attraktivität als Arbeitgeber
- Strategische und finanzielle Flexibilität
- Unabhängigkeit von Kreditgebern
- Steigerung der Bonität⁹⁴

Gründe, die auf einen langfristigen Bestand des Unternehmens in der Wirtschaft abzielen und somit eine ökonomisch nachhaltige Entwicklung fördern.

Der Ausbau ihres Firmennetzes und die Investitionen in neue Standorte sind ebenfalls ein Anhaltspunkt für die Motivation der Langlebigkeit des Unternehmens

⁸⁹ Vgl. www.agenda21-treffpunkt.de, Zugriff v. 08.07.2015

⁹⁰ Vgl. www.etsy.de, Zugriff v. 08.07.2015

⁹¹ Vgl. www.agenda21-treffpunkt.de, Zugriff v. 08.07.2015

⁹² Vgl. www.sueddeutsche.de, Zugriff v. 08.07.2015

⁹³ Vgl. www.lawyers-auditors.com, Zugriff v. 08.07.2015

⁹⁴ Vgl. www.handelsblatt.de, Zugriff v. 08.07.2015

4.2.2 Sozialer Beitrag

Der Nachhaltigkeitsbeitrag im Sinne der sozialen Dimension ist bei Etsy ähnlich wie bei BlaBlaCar. Es wird wieder zwischen dem Beitrag für die Mitarbeiter und dem Beitrag für die Gesellschaft unterschieden.

In verschiedenen Arten von Meetings können Mitarbeiter sämtlicher Hierarchieebenen ihre Erfahrungen und Probleme miteinander austauschen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen Schulungen, Rückzugsmöglichkeiten und Coaching an, bei denen Forschungsergebnisse aus den Bereichen Organisationspsychologie, Soziologie und Erwachsenenbildung zur Anwendung kommen.

Zudem gibt es ein modernes Feedbacksystem, welches den Mitarbeitern reichhaltige Informationen liefert und die Beziehung zu ihren Managern stärkt. Einmal im Jahr gibt es auch die sogenannte Hack-Week, die ganz im Zeichen der Kreativität steht und den Mitarbeitern die Möglichkeit gibt aus der gewohnten Routine auszusteigen.

Ein ebenfalls sehr mitarbeiterorientiertes Programm ist Etsy School. Dabei werden interaktive Kurse von Mitarbeitern für Mitarbeiter abgehalten. Jeder kann einen Kurs abhalten, während die Wahl des Themas vollkommen frei ist. Dutzende Etsy School-Kurse wurden in den vergangenen Jahren bereits angeboten, unter anderem Knotentechniken, Kräuterheilkunde, Jonglieren oder das Färben von Stoffen. Dadurch haben Mitarbeiter die einzigartige Gelegenheit, ihr Können und Wissen an Kollegen zu vermitteln und gemeinsam zur beruflichen, geistigen, körperlichen und spirituellen Entfaltung des anderen beizutragen. Seit der Einführung des Programms wurden 170 spezifische Kurse angeboten.

Um die Mitarbeiterzufriedenheit in Zahlen auszudrücken, erfand Etsy den Happiness-Index, der im Anhang zu finden ist.⁹⁵ Diese Befragung spiegelt den Einsatz des Unternehmens für die Mitarbeiter positiv wieder.

Aber auch für die Gesellschaft leistet das Unternehmen einen großen Beitrag. Den Verkäufern werden kostenlose Workshops und Weiterbildungen angeboten, um etwas über die Wirtschaft, ihren Onlineshop oder Kooperationen zu lernen. Um Verkäufer und Käufer zusammenzubringen veranstaltet und unterstützt Etsy sogenannte „Craft Nights“. Rund 1.000 Verkäufer nahmen letztes Jahr an den monatlichen Craft Nights in Etsys Hauptquartier in Brooklyn teil. Mittlerweile wurden mehr als 300 Craft Partys unterstützt, die in 49 Ländern auf der ganzen Welt abgehalten wurden. Ein idealer Weg in

⁹⁵ Vgl. www.etsy.de, Zugriff v. 08.07.2015

einen sozialen Austausch zu gelangen und die Werte der Verkäufer und des Unternehmens an die Interessenten zu vermitteln.

Um Bedürftige zu unterstützen gibt es seitens des Unternehmens mehrere Spenden und Hilfsprogramme. Es wird z.B. Essen gespendet, was nicht verzehrt wurde. Dabei wird mit der Food Bank NYC zusammengearbeitet, um die überschüssigen Lebensmittel an ein Netzwerk lokaler Tafeln und Obdachloseneinrichtungen zu verteilen.

Insgesamt wurden 2014 872 Stunden ehrenamtliche Arbeit geleistet. Die Mitarbeiter können jährlich 40 bezahlte Stunden für ehrenamtliche Tätigkeit in Anspruch nehmen, um Organisationen zu unterstützen, deren Arbeit sie besonders schätzen. Im August 2014 wurde das „Corporate Matching“ für Mitarbeiterspenden eingeführt. Es ist ein Programm, bei dem die Spenden der Mitarbeiter für Wohlfahrtsorganisationen von Etsy verdoppelt werden. Weitere Programme sind Stipendien für benachteiligte Menschen, Spenden an verschiedene Organisationen für den Schutz des Planeten, oder auch Kleider- und Elektrospenden.⁹⁶

4.2.3 Ökologischer Beitrag

Klimawandel und Ressourcenverknappung bringen sehr große Risiken mit sich, die sich erheblich auf den Lebensstil und die Lebensgrundlagen der Menschheit auswirken, bzw. auswirken werden.

Etsy steuert aber aktiv dagegen, um die ungünstigen Auswirkungen seiner Tätigkeit auf die Umwelt zu reduzieren und gibt zudem seinen Mitgliedern die Möglichkeit, dies ebenfalls zu tun.

Etsy's Firmenphilosophie lautet in diesem Zusammenhang folgendermaßen:

„Unsere Geschäftstätigkeit ist auf Nachhaltigkeit für alle Beteiligten ausgerichtet. Wir haben Initiativen gestartet, um den ökologischen Fußabdruck des Unternehmens zu verringern, beziehen unseren Marktplatz und unsere Lieferanten mit ein und teilen unsere Erkenntnisse, damit auch andere davon profitieren können.“⁹⁷

Dieser Aussage lässt das Unternehmen auch Taten folgen. Hierzu wurde extra ein System eingerichtet, durch das die Umweltauswirkungen gemessen und verringert

⁹⁶ Vgl. www.etsy.de, Zugriff v. 08.07.2015

⁹⁷ Vgl. ebenda

werden können. 2014 wurde die Etsy Sustainability Commission (ESC) geschaffen, mit dem Ziel, die Nachhaltigkeitsbemühungen anzukurbeln und auszubauen. Die Gruppe umfasst mehr als 9 % aller Etsy-Mitarbeiter aus sämtlichen Bereichen des Unternehmens und hat die Aufgabe, eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie für das Unternehmen auszuarbeiten, einschließlich festgelegter Ziele und Zeitpläne. Die ESC untersucht die Tätigkeit in Kategorien, wie Klimaneutralität, vollständige Abfallvermeidung, achtsamer Umgang mit Materialien und nachhaltiges Arbeiten.

In Bezug auf Müllvermeidung unternimmt die Firma mittlerweile einiges. Sie will Müll, der zur Deponie muss, gänzlich aus den Niederlassungen verbannen. Seit 2014 wurde damit begonnen, den kontinuierlich anfallenden Abfall in den Niederlassungen korrekt zu messen und zu beziffern. Dazu werden verantwortungsvolle Abfallströme für alle Produkte entwickelt, die das Unternehmen einkauft, sowie für die Produkte, die Mitarbeiter, Gäste und Vertragsfirmen mit in die Einrichtungen bringen.

Seit Beginn dieses Programms wurde der pro Kopf anfallende Müll von 43 Pfund auf 34 Pfund reduziert. Das ist eine Einsparung von 21% innerhalb eines Jahres.

Eine völlige Abfallvermeidung erfordert, dass alle, die in der Firma arbeiten bzw. ein- und ausgehen, Produkte so beseitigen, wie es unser System für verantwortungsbewusste Entsorgung vorsieht. Damit alle Mitarbeiter darüber informiert sind, wo was hingehört, umfasst der Mitarbeiter-Einführungsprozess mittlerweile auch Trainingsprogramme zu den Themen Abfall und Recycling. Mitarbeiter übernehmen abwechselnd die Koordination bei Anlässen, bei denen viel Abfall anfällt, wie z.B. bei unternehmensweiten Mahlzeiten.

Um das Ganze an einem konkreten Beispiel zu demonstrieren, wird die Vorgehensweise beim Kompostieren aufgezeigt.

In sämtlichen Niederlassungen wird mehr als 5.468 Kilo Grünabfall pro Jahr kompostiert. Nährstoffe zurück in die Muttererde des Lebensmittelsystems zu geben und den Müll auf den Deponien zu reduzieren, ist ein wichtiger Beitrag zu dem Ziel, keinen Müll mehr zu produzieren.

In der Niederlassung in Brooklyn ist es beispielsweise ein interaktives Erlebnis. Mitarbeiter entsorgen ihre Essensreste und den kompostierbaren Teller vom Mittagessen in die eigens dafür handgefertigten Mülleimer. Zweimal pro Woche werden die Essensreste von freiwilligen Mitarbeitern mit einem speziell gebauten Fahrradwagen an die Red Hook Farm geliefert und dort weiterverarbeitet. Die Mitarbeiter schaufeln den Biomüll zudem noch auf die Komposthügel der Farm und bedecken die kompostierbaren Abfälle mit Mulch. Ein nahezu perfekter Kreislauf eines natürlichen Produktes, das in Anbetracht der Nachhaltigkeit wieder dem Ökosystems hinzugeführt wurde.

Ein weiterer Aspekt, der der Firma am Herzen liegt ist der Bezug von Strom. Dazu wurde der kWh-Verbrauch der einzelnen Standorte mit den Bezugsquellen des Stroms aus erneuerbaren Energien verglichen. Die folgenden Prozentzahlen beziehen sich auf den Anteil des Stroms aus regenerativen Energiequellen. Beispielsweise hat London

100%, Seattle 100% und Berlin 95,9% des Stroms aus nachhaltigen Quellen bezogen. Ein sehr vorzeigbares Ergebnis, das die nachhaltige Entwicklung fördert.

Nicht nur Strom und Müll ist ein großes Thema, wenn es um die Nachhaltigkeit bei Etsy geht, sondern auch der Bau der neuen Firmenzentrale. Das neue Gebäude wird Teil eines regenerativen Ökosystems sein, an dem das Unternehmen gerade arbeitet. Das bedeutet, dass alles so nachhaltig wie möglich konzipiert wird. Das beinhaltet die Gebäudefassade, die Heizungs-, Lüftungs- und Klimanlage, bis hin zu Möbeln und deren Klebstoffe. Dies ist eine gute Möglichkeit die Unternehmenswerte perfekt nach außen zu vermitteln und den Firmensitz in Einklang mit der Natur zu bringen. Bei Etsy steht aber nicht nur das Unternehmen im Hauptfokus. Etsy sagt selbst, dass die Auswirkungen auf die Umwelt nicht mit den Transaktionen auf ihrem Marktplatz beginnen und enden. Die Werkstoffe und Verfahren, die bei der Herstellung der Produkte eingesetzt werden, sind von grundlegender Bedeutung für die langfristige Nachhaltigkeit der Community und des Unternehmens. Hierfür bieten die Hersteller-Spezialisten des Responsible Seller Growth-Teams eine Präsentationsreihe mit dem Titel „Makers Matters“ an. Diese Präsentationen befassen sich ausführlich mit den Ressourcen, den Herstellungsverfahren und der gesellschaftlichen Organisation hinter den Produkten. Dabei wurden Themen wie die Herkunft von Textilien, der Abbau von Edelmetallen, die Geschichte von Sticktechniken, die Kunst des Verglasens, sowie modernste Drucktechniken erforscht und weitergegeben. Dadurch können die Hersteller einen Einblick bekommen, wie man richtig im Einklang mit der Natur arbeitet.⁹⁸

⁹⁸ Vgl. www.etsy.de, Zugriff v. 12.07.2015

4.3 Airbnb



Abbildung 9: „airbnb“⁹⁹

Airbnb entstand durch die beiden Amerikaner Brian Chesky und Joe Gebbia. Aufgrund von Geldmangel boten sie im Internet eines ihrer Zimmer mit drei Luftmatratzen als "Air Bed and Breakfast" an.

In kürzester Zeit entwickelte sich daraus die weltweit bekannte Internetplattform Airbnb.com, von der es seit Juni 2011 den deutschen Ableger Airbnb.de gibt.

Es ist eine Art gemeinschaftlicher Marktplatz, auf dem Menschen Unterkünfte auf der ganzen Welt inserieren, entdecken und buchen können. Was Airbnb unter anderem so besonders macht, ist, dass sein Portfolio neben Wohnungen auch viel Ungewöhnliches wie Baumhäuser, ausrangierte Flugzeuge, Wigwams, Boote und Schlösser umfasst.

Mittlerweile ist das Unternehmen weltweit die größte Plattform von Privatunterkünften. Es gibt dort über 1,2 Millionen Inserate und 35 Millionen Gäste in 190 verschiedenen Ländern und 34.000 Städten, die es nutzen. Airbnb ist zudem meist günstiger als kommerzielle Unterkünfte wie Gästehäuser oder Hotels, was es für Reisende besonders attraktiv macht. Da aber nicht jeder sein Heim mit anderen teilen möchte, aus Sorge vor Schaden oder Diebstahl, gibt es für die Vermieter der Unterkünfte die "Gastgebergarantie", mit der Airbnb Schäden bis zu 35.000 Euro auf Kulanzbasis ausgleicht. Die Philosophie des Unternehmens ist, dass Airbnb der einfachste Weg ist, mit dem freien Wohnraum Geld zu verdienen, ihn Millionen von Menschen vorzustellen und damit ein einzigartiges Reiseerlebnis zu schaffen.¹⁰⁰

4.3.1 Ökonomischer Beitrag

Auch Airbnb leistet verschiedene Beiträge, die unter die ökonomische Nachhaltigkeit fallen. Ähnlich wie Etsy trägt Airbnb auch zu einer Liberalisierung des Handels bei, indem das Unternehmen nahezu allen Menschen, egal welcher Religion, Herkunft, sozialer Schicht, Ethnie usw., weltweit die Möglichkeit gibt, ihren leerstehenden Wohnraum an Reisende oder andere Interessenten für ein Entgelt zu vermieten. Damit be-

⁹⁹ www.airbnb.de, Zugriff v. 12.07.2015

¹⁰⁰ Vgl. www.airbnb.de, Zugriff v. 12.07.2015

kommen Menschen überall auf der Welt die Gelegenheit am Unterkunftsmarkt teilzunehmen und somit ein zusätzliches Einkommen zu erlangen.

Ein weiterer ökonomischer Beitrag ist, dass die Unterkunftsvermittlung einen positiven Effekt auf die Tourismusbranche hat und somit auch auf die lokale Wirtschaft. Hierzu führte Airbnb eine Studie in verschiedenen Großstädten durch. Unter anderem in Berlin.

Die wichtigsten Erkenntnisse der Studie waren:

- Airbnb-Gäste verbringen im Schnitt 6,3 Nächte in Berlin und geben dort 845€ aus. Hotelgäste hingegen bleiben 2,3 Nächte und geben 471€ aus.
- 77% der Unterkünfte befinden sich in für Tourismus untypischen Stadtteilen, in denen aber ein Großteil des Reisebudgets ausgegeben wird. Das sind im Durchschnitt 311,85€ pro Reisenden. Davon profitieren natürlich ärmere Stadtteile wie Neukölln, Kreuzberg oder Wedding.
- 28% der Airbnb-Nutzer haben ausgesagt, dass sie ohne dieses Portal nie nach Berlin gekommen wären und auch nicht so lange geblieben wären.
- 2013 haben Gastgeber und Gäste 100 Millionen Euro zum Wirtschaftssektor Berlins beigetragen.

Die Ergebnisse von vorherigen Studien mit anderen Städten zeichnen ein ähnliches Bild. In Paris waren es rund 240 Millionen Euro und in San Francisco 56 Millionen Euro. Das ist ein enormer Beitrag für die lokale Wirtschaft, die auf die Unterkunftsvermittlung von Airbnb zurückzuführen ist.¹⁰¹

Ein weiteres Kriterium, welches für eine wirtschaftliche Nachhaltigkeit spricht, ist die Auslastung bestehender Kapazitäten.¹⁰²

Die bestehende Kapazität ist in dem Fall von Airbnb der leerstehende oder ungenutzte Wohnraum. Das kann die komplette Wohnung sein, die während des Urlaubs unbewohnt ist, oder ein leerstehendes Zimmer, welches nie gebraucht wird. Die Grundvoraussetzung ist also ein Raum, der temporär nicht verwendet wird. Diese unausgelastete Kapazität wird durch die Untervermietung wiederum ausgelastet und ist somit ökonomisch nachhaltig.

¹⁰¹ www.publicpolicy.airbnb.com, Zugriff v. 13.07.2015

¹⁰² Vgl. www.wirtschaftsdienst.eu, Zugriff v. 13.07.2015

4.3.2 Sozialer Beitrag

Das Konzept des sozialen Reisens fördert zu leben wie ein Einheimischer und nicht wie ein typischer Tourist. Das unterstützt ähnlich wie bei BlaBlaCar den interkulturellen Austausch untereinander. Menschen verschiedener Herkunft, Mentalität, Kultur oder Religion können sich in einem privaten Rahmen, z.B. der eigenen Wohnung, kennenlernen und somit als Gast das einheimische Flair viel näher erleben, als es in einem Hotel möglich wäre.

Somit schafft Airbnb die Grundlage, dass sich Menschen, die sich eigentlich nie begegnet wären, sich kennenlernen und kulturell austauschen können.

Das Unternehmen leistet zudem noch andere soziale Beiträge. Eigens für Katastrophen hat Airbnb ein Tool kreiert, um Menschen in Not zu helfen, die von Naturgewalten heimgesucht wurden. Auslöser war der Wirbelsturm Sandy in den USA.

1400 Airbnb-Gastgeber in New York haben für diejenigen, die Sandy obdachlos gemacht hat, ihre Türen geöffnet und eine warme Mahlzeit bereitet. Davon inspiriert, hat das Unternehmen 2013 die Initiative „Katastrophenhilfe“ ins Leben gerufen, die es Airbnb-Gastgebern einfach macht, Menschen in Not eine Unterkunft anzubieten und sie zu beherbergen.

Seitdem können Gastgeber ganz einfach ihre Türen für Einwohner öffnen, die ihr Zuhause verloren haben, um auf Katastrophen in der ganzen Welt zu reagieren. Solche Katastrophen waren beispielsweise die Feuer in San Diego, die Überschwemmungen in Serbien, Bosnien, Kroatien, London, Sardinien und Colorado, die Erdbeben auf der Insel Kefalonia, die schweren Eisstürme in Toronto und Atlanta oder auch der Taifun Haiyan auf den Philippinen.

Dieses Tool funktioniert so, dass es, wenn es zur Katastrophe kommt, für diesen geographischen Bereich freigeschaltet wird. Dies hat dann zur Folge, dass Airbnb automatisch E-Mails mit einem Hilfeaufruf an Gastgeber in der betroffenen Gegend schickt und sie bittet betroffenen Menschen eine Unterkunft anzubieten.

Alle Airbnb-Buchungen in der betroffenen Region sind anschließend gebührenfrei und die Gastgeber können den 24 Stunden-Kundenservice von Airbnb kostenlos nutzen, ebenso die Angebote für Vertrauen und Sicherheit, die Gastgeber-Garantie und andere Dienste. Zudem wird mit den örtlichen Hilfsorganisationen und Netzwerken zusammengearbeitet, um die Gastgeber und Opfer mit allen wichtigen Informationen zu versorgen und zu unterstützen.¹⁰³

Ein weiterer sozialer Beitrag ist die Unterstützung der Initiativen „Viva Con Aqua“ und „Givebox“. „Viva Con Aqua“ ist eine Initiative für weltweit sauberes Trinkwasser und

¹⁰³ Vgl. www.airbnb.de, Zugriff v. 13.07.2015

„Givebox“ ist ein Projekt, bei dem Orte geschaffen werden, an denen sich Leute treffen und ihre alten Sachen in einer Art Box abgeben können. Wenn ihnen andere Sachen gefallen, können sie diese kostenlos mitnehmen. Wieder spielt da der Gedanke der Share Economy eine Rolle. Beide Initiativen unterstützt Airbnb mit Spenden in Deutschland und als Gastgeber hat man auf der Plattform auch die Möglichkeit direkt zu spenden.¹⁰⁴

4.3.3 Ökologischer Beitrag

Die Privatvermietung an Reisende hat enorme ökologische Vorteile. Dazu hat Airbnb eine Studie in Auftrag gegeben und veröffentlicht. Die durchgeführte Studie zeigt, wie Airbnb die effizientere Nutzung vorhandener Ressourcen und ein umweltfreundlicheres Reiseverhalten fördert und somit die Umwelt schont. Die Kernaussage der Studie ist:

„Wer sich für eine Unterkunft mit Airbnb entscheidet, trägt nachweislich zur Senkung von Energie- und Wasserverbrauch sowie von Treibhausgasemissionen bei. Darüber hinaus wird zusätzlicher Abfall vermieden.“¹⁰⁵

Es wurde schon oft geschrieben, dass Airbnb einen Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit leistet, aber nun wurde das Ganze erstmals in Zahlen bestätigt. Die wichtigsten Ergebnisse der Studie sind die Einsparung von Wasser, Strom, Müll und Abgasen. Dies kann man an folgenden Ergebnissen erkennen:

- Stromverbrauch um 78 Prozent geringer als bei Hotelgästen. Diese Menge könnte 68.000 Haushalte ein ganzes Jahr lang mit Strom versorgen.
- Die Wassermenge, die europäische Airbnb-Gäste innerhalb eines Jahres einsparen, entspricht dem Fassungsvermögen von 1100 olympischen Schwimmbecken
- Die Treibhausgase, die eingespart werden, entsprechen der jährlichen Emissionsrate von 200.000 Autos europaweit.
- Reisende, die in einer Unterkunft übernachten, die sie auf Airbnb gebucht haben, nutzen im Vergleich zu Hotelgästen bis zu 15 Prozent häufiger öffentliche Verkehrsmittel und Fahrräder oder gehen zu Fuß
- 89 Prozent der europäischen Gastgeber recyceln Gebrauchsgegenstände. Von den Gästen selbst tun dies nach Möglichkeit 94 Prozent.

¹⁰⁴ Vgl. www.pressebox.de, Zugriff v. 13.07.2015

¹⁰⁵ www.oekonews.at, Zugriff v. 13.07.2015

Im Vergleich zu den Hotelaufenthalten sind die Zahlen sehr beeindruckend und zeigen auf, wie viel Einfluss eine derartige Community haben kann. Durch die enorme Einsparung von schädlichen Faktoren ist der Begriff „Green Travelling“ gerechtfertigt und trägt zu einer ökologischen Nachhaltigkeit bei.¹⁰⁶

¹⁰⁶ Vgl. www.oeke news.at, Zugriff v. 13.07.2015

5 Fazit und Zukunftsausblick

Ziel dieser Arbeit war es herauszufinden, ob sich das Wirtschaftsmodell der Share Economy mit den Aspekten der nachhaltigen Entwicklung vereinbaren lässt. Hierfür wurde zunächst ein ausführlicher Einblick in das Wirtschaftsfeld der Share Economy gewährt, um zu verstehen was es ist, in welchen Wirtschaftsbereichen es betrieben wird und nach welchen Grundsätzen das Modell funktioniert.

Um eine Vorstellung davon zu bekommen, was Nachhaltigkeit bedeutet, wurde die Entwicklung dieses Handlungsprinzip seit seinem Ursprung erläutert und die Hauptmaxime herausgearbeitet.

Dabei musste ich feststellen, dass nachhaltige Entwicklung sich nicht nur auf die Ökologie und den Schutz der Natur beschränkt, sondern verschiedene Dimensionen hat. Es spielen neben der ökologischen auch die ökonomische und die soziale Säule eine sehr wichtige Rolle.

Um die Forschungsfrage zu beantworten wurden drei der größten Unternehmen der SE-Bewegung analysiert und ihre Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung in den drei verschiedenen Bereichen recherchiert und untersucht. Da keines der Unternehmen auf meine Anfragen zu diesem Thema reagierte und es auch keine aktuelle Literatur bzw. offiziellen Jahresberichte dazu gibt, stützte sich die Analyse hauptsächlich auf unternehmensbezogene Internetquellen.

Ich kam zu dem Ergebnis, dass sich das Wirtschaftsmodell durchaus mit Nachhaltigkeit, in Bezug auf Ökologie, Soziales und Ökonomie, verbinden lassen kann. Die Firmen leisten in allen drei Bereichen einen großen Beitrag, sind damit sehr erfolgreich und setzen dabei Milliarden um. Aber es muss auch erwähnt werden, dass dieser Beitrag noch sehr ausbaufähig ist und die Unternehmen in diesem Wirtschaftsmodell noch wesentlich besser in Einklang mit der Natur und der Gesellschaft leben könnten und dennoch wirtschaftlich bleiben. Etsy sticht meiner nach besonders positiv heraus, da das Unternehmen in allen drei Dimensionen bewusst vergleicht, dokumentiert und handelt und auf eine rundum nachhaltige Entwicklung achtet. Bei BlaBlaCar und Airbnb sind manche Beiträge eher positive unbewusste Nebeneffekte, auf die die Unternehmen nicht primär abzielen.

Ein vielleicht zukunftsweisendes Beispiel wie man Share Economy und Nachhaltigkeit verbindet und damit in Harmonie mit der Gesellschaft und der Umwelt lebt, ist die Millionenmetropole Seoul in Südkorea. Dort ist Vieles extra auf die Share Economy ausgelegt und wird bewusst von der Politik gefordert und gefördert. Dies beinhaltet mittlerweile die Nutzung der öffentlichen Gebäude außerhalb ihrer Öffnungszeiten durch Privatbürger, kostenloses WLAN in der ganzen Stadt, kostenlose Leihbüchereien, ein ausgebautes Carsharing-Netz, finanzielle Unterstützungen und Beratungen für Sharing-Organisationen und neuen Startup-Unternehmen, Tauschbörsen für Waren, Leihbibliotheken für beispielsweise Kleidung, Werkzeug, elektronische Geräte, usw.

Hinzu kommen Wohnprogramme, in denen junge Menschen mit Senioren zusammenleben, öffentlicher Zugang zu elektronischen Daten für die Wirtschaft und Vieles mehr. Seoul hat sich als Stadt neu erfunden und lebt bereits das neue Wirtschaftsmodell. Doch der Preis war extrem hoch. Steigende Emissionsprobleme, enorme Privatverschuldungen, hohe Selbstmordrate, immer größer werdende Isolation der Bürger, zu hohe Arbeitsbelastung sowie mangelnde Zufriedenheit der Menschen haben zu einem Umdenken geführt.¹⁰⁷

Man kann nur hoffen, dass es nicht überall soweit kommen muss, um zu erkennen, dass durch gemeinschaftliches Teilen ein monumentaler Beitrag zum Erhalt der Menschheit, der Gesellschaft und der Natur geleistet wird.

¹⁰⁷ Vgl. www.shareable.net, Zugriff v. 16.07.2015

Literaturverzeichnis

Fachliteratur

Botsman, Rachel u.a.: What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption, USA 2011.

Carnau, Peter: Nachhaltigkeitsethik. Normativer Gestaltungsansatz für eine global zukunftsfähige Entwicklung in Theorie und Praxis. München 2011.

Chasek Pamela u.a.: Handbuch Globale Umweltpolitik. Geschichte der Nachhaltigkeit, Berlin 2006.

Diefenbacher, Hans: Nachhaltige Wirtschaftsentwicklung im regionalen Bereich. Ein System von ökologischen, ökonomischen und sozialen Indikatoren, Heidelberg 1997

Grober, Ulrich: Die Entdeckung der Nachhaltigkeit. Kulturgeschichte eines Begriffs, München 2010.

Grunwald, Armin u.a.: Nachhaltigkeit. Internationale Debatte über Umwelt und Entwicklung, 2012.

Hauff Volker (Hg.): Unsere gemeinsame Zukunft. Der Brundtland-Bericht der Weltkommission für Umwelt und Entwicklung, Greven 1987.

Heinrichs, Harald u.a.: Sharing Economy – Auf dem Weg in eine neue Konsumkultur. Drei Arten von Konzepten, Lüneburg 2012

Luther, Martin: Die Bibel nach Martin Luther: Mit Apokryphen. Die Apostelgeschichte des Lukas, Stuttgart 2012

Rifkin, Jeremy: Die Null-Grenzkosten-Gesellschaft: Das Internet der Dinge, kollaboratives Gemeingut und der Rückzug des Kapitalismus, Frankfurt am Main 2014

Schretzmann, Rainer: Wald mit Zukunft. Nachhaltige Forstwirtschaft in Deutschland, Bonn 2006.

Stahlmann, Volker Lernziel: Ökonomie der Nachhaltigkeit. Eine anwendungsorientierte Übersicht, München 2008

Vitols, Katrin: Nachhaltigkeit – Unternehmensverantwortung – Mitbestimmung. Ein Literaturbericht zur Debatte über CSR, Berlin 2011.

Vogt, Markus: Prinzip Nachhaltigkeit. Ein Entwurf aus theologisch-ethischer Perspektive, München 2009

Weitzmann Martin: The Share Economy – Conquering Stagflation. Life in a Share Economy, Harvard 1984

Internetquellen

Agenda21-Treffpunkt: Förderung einer nachhaltigen Entwicklung durch den Handel. Ziele, in: <http://www.agenda21-treffpunkt.de/archiv/ag21dok/kap02.htm> (Zugriff am 08.07.2015)

Agitano: Das Gesetz der kritischen Masse: Facebookfans kaufen. In: <http://www.agitano.com/das-gesetz-der-kritischen-masse-facebook-fans-kaufen/50469> (Zugriff am 22.06.2015)

Airbnb: Katastrophenschutz. In: <https://www.airbnb.de/disaster-response> (Zugriff am 13.07.2015)

Airbnb: Public Policy. Berlin, in: <http://publicpolicy.airbnb.com/berlin-airbnb-community/#german> (Zugriff am 13.07.2015)

Airbnb: Presse. Logo, in: <https://www.airbnb.de/press/resources> (Zugriff am 12.07.2015)

Airbnb: Über Uns. In: <https://www.airbnb.de/about/about-us> (Zugriff am 12.07.2015)

BlaBlaCar: News. Über uns, in: <https://www.blablacar.de/news/ueber-uns> (Zugriff am 06.07.2015)

BlaBlaCar: Pressekontakt. Logo, in: <https://www.blablacar.de/news/pressekontakt> (Zugriff am 07.07.2015)

Bundeszentrale für politische Bildung: Umweltpolitik. Leitbild der nachhaltigen Entwicklung, in: <http://www.bpb.de/izpb/8983/leitbild-der-nachhaltigen-entwicklung?p=1> (Zugriff am 14.06.2015)

Cammann Alexander: Kritik am Kapitalismus. Und er triumphiert doch!. Zeit Online vom 28.02.2013 Online unter: <http://www.zeit.de/2013/09/Kritik-am-Kapitalismus> (Zugriff am 05.07.2015)

Cleantech Group: Global Cleantech 100. Report 2013, in: http://info.cleantech.com/GCT2013_Report_Submit.html (Zugriff am 07.07.2015)

Etsy: Presse. Logo, in: <https://www.etsy.com/de/press>, (Zugriff am 08.07.2015)

Etsy: Über Etsy. In: <https://www.etsy.com/de/about/?ref=ftl> (Zugriff v. 08.07.2015)

Etsy: Progress Report 2014. Community. In: <https://www.etsy.com/de/progress-report/2014/community> (Zugriff am 08.07.2015)

Etsy: Progress Report 2014. Mitarbeiter. In: <https://www.etsy.com/de/progress-report/2014/employees> (Zugriff am 08.07.2015)

Etsy: Progress Report 2014. Planet. In: <https://www.etsy.com/de/progress-report/2014/planet> (Zugriff am 12.07.2015)

European Confederation Of Contact Centre Organisations: ECCCO Award. In: http://www.eccco.org/?page_id=125 (Zugriff am 06.07.2015)

Fromm, Thomas: Volle Karre. Europas größte Mitfahrzentrale, Süddeutsche Online 2012, in <http://www.sueddeutsche.de/geld/europas-groesste-mitfahrzentrale-volle-karre-1.1350460> (Zugriff am 06.07.2015)

Great Place To Work: Best Workplace Award. In: <http://www.greatplacetowork.fr/meilleures-entreprises/best-workplaces-france/735-2014> (Zugriff am 06.07.2015)

Gute Nachrichten: BlaBlaCar: Eine neue Mitfahrzentrale. Gute-Nachrichten 2013, in: <http://www.gute-nachrichten.com.de/2013/04/kultur/blablacar-eine-neue-mitfahrzentrale/> (Zugriff am 06.07.2015)

Handelsblatt: Projekt Börsengang. Gründe für einen Börsengang. In: <http://www.handelsblatt.com/downloads/10606908/4/IPO-Leitfaden> (Zugriff am 08.07.2015)

Harvard University: Martin Weitzman. Profil, in: <http://scholar.harvard.edu/weitzman/home> (Zugriff am 20.06.2015)

Manager-Magazin: Sharing boomt – wer weniger hat, teilt mehr. In: <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/it/mm-grafik-sharing-boomt-wer-weniger-hat-teilt-eher-a-975404.html> (Zugriff am 21.06.2015)

Newsfeed: Hauptsektoren der Sharing Economy. In: http://newsfeed801.rssing.com/chan-25969325/all_p35.html (Zugriff am 21.06.2015)

Ökonews: Reisen in Privatunterkünften schonen die Umwelt. In:
http://www.oekonews.com/index.php?mdoc_id=1093901 (Zugriff am 13.07.2015)

Pressebox: Airbnb. Airbnb unterstützt Viva Con Aqua und Givebox, in:
<http://www.pressebox.de/pressemitteilung/airbnb/Airbnb-unterstuetzt-Viva-con-Aqua-und-die-Givebox-Initiative/boxid/453108> (Zugriff am 13.07.2015)

Rat für Nachhaltigkeit: Der Rat. Information über den Nachhaltigkeitsrat, in:
<http://www.nachhaltigkeitsrat.de/de/der-rat/?size=1v> (Zugriff am 13.06.2015)

Statista: Sharing ist weltweit akzeptiert. In:
<http://de.statista.com/infografik/2365/bereitschaft-zur-nutzung-von-sharing-communities/> (Zugriff am 21.06.2015)

Süddeutsche Zeitung: Wirtschaft. Etsy nimmt Millionen durch Börsengang ein. In:
<http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/online-haendler-etsy-nimmt-millions-mit-boersengang-ein-1.2438546> (Zugriff am 08.07.2015)

The Zero Marginal Cost Society: Zusammenfassung des Buches von Jeremy Rifkin. In:
<http://www.thezeromarginalcostsociety.com/pages/The-Book.cfm> (Zugriff vom 05.07.2015)

T-Online: Mitfahr-App. BlaBlaCar bekommt 100 Millionen Dollar. T-Online 2014, in:
http://www.t-online.de/wirtschaft/unternehmen/id_70078174/mitfahr-app-blablacar-bekommt-100-millionen-dollar.html (Zugriff am 06.07.2015)

Schürmann, Anna: Gefragt: Selbstgemachtes aus dem Internet, in:
<http://www.abendblatt.de/wirtschaft/article112173568/Gefragt-Selbstgemachtes-aus-dem-Internet.html> (Zugriff am 08.07.2015)

Shareable: Sharing City Seoul. A Model For The Worl, in:
<http://www.shareable.net/blog/sharing-city-seoul-a-model-for-the-world> (Zugriff v. 16.07.2015)

Spindler, Edmund: Modelle und Konzepte. Drei Säulen Modell, in:
https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/1_3_a_drei_saeulen_modell_1531.htm (Zugriff am 17.06.2015)

Wirtschaftsdienst: Ökonomie des Teilens. Ökonomischer Kern, in:
<http://www.wirtschaftsdienst.eu/archiv/jahr/2015/2/oekonomie-des-teilens-nachhaltig-und-innovativ/> (Zugriff am 13.07.2015)

Sonstige Publikationen

Deutscher Bundestag: Die Industriegesellschaft gestalten. Perspektiven für einen nachhaltigen Umgang mit Stoff- und Materialströmen. Bericht der Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt – Bewertungskriterien und Perspektiven für Umweltverträgliche Stoffkreisläufe in der Industriegesellschaft“ des 12. Deutschen Bundestages, Bonn 1998.

Laywers-Auditors: Finanzierung und Wachstum durch Börsengang. In: http://www.lawyers-auditors.com/downloads/D&F_IPO_GE_.pdf (Zugriff am 08.07.2015)

Rat für Nachhaltigkeit: Perspektiven für Deutschland. Managementregeln der Nachhaltigkeit, in: http://www.nachhaltigkeitsrat.de/fileadmin/user_upload/dokumente/pdf/Nachhaltigkeitssstrategie_Kurzfassung.pdf (Zugriff am 13.06.2015)

Schönberg Tobias: Shared Mobility: How new businesses are rewriting the rules of the private transportation game, in: http://www.rolandberger.de/media/pdf/Roland_Berger_TAB_Shared_Mobility_20140716.pdf (Zugriff am 21.06.2015)

Spindler, Edmund: Geschichte der Nachhaltigkeit. Vom werden und Wirken eines beliebten Begriffs, in: <https://www.nachhaltigkeit.info/media/1326279587phpeJPyvC.pdf> (Zugriff am 10.06.2015)

SRU, Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen: Umweltgutachten 1994. Für eine dauerhaft-umweltgerechte Entwicklung, Stuttgart 1994

Stolze, Dieter u.a.: Noch ist der Kapitalismus nicht tot. In: *Die Zeit* (29.08.1969), Nr. 35, S. 28-29

UN: Agenda 21. Konferenz der Vereinten Nationen für Umwelt und Entwicklung, Rio de Janeiro 1992, in: http://www.un.org/depts/german/conf/agenda21/agenda_21.pdf (Zugriff am 12.06.2015)

Anlagen

Anlage 1: Fragebogen nach Heinrichs und Grunenberg

airbnb – Fragebogenbestandteil (für TNS-EMNID-BUS)

Autoren: Harald Heinrichs und Heiko Grunenberg

<p>A) Zielvariablen</p> <p>Frage-Text: Man muss Dinge nicht kaufen und besitzen, um sie zu benutzen. Man kann Güter und Dienstleistungen auch leihen, teilen oder gemeinsam konsumieren. Beispiele sind Car-sharing oder die Vermittlung von Privatunterkünften. Welche der folgenden Arten dieses geteilten Konsums haben sie schon einmal gemacht?</p> <p><i>(Product Service System – professionelle Produkt-Dienstleistungen):</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ich habe schon einen Fahrrad- oder Autoverleih genutzt. 2. Ich habe schon mal selten gebrauchte Dinge, wie spezielle Werkzeuge oder Gartengeräte, z.B. eine Bierbank oder einen Hochdruckreiniger oder ähnliches in einem Geschäft gemietet. <p><i>(Redistribution Markets – Geschäfte von privat zu privat):</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Ich habe schon auf dem Trödelmarkt/Flohmarkt Gebrauchtes gekauft oder verkauft. 4. Ich habe schon im Internet Dinge von privat zu privat gekauft oder verkauft, z.B. über Ebay. <p><i>(Collaborative Lifestyle – gemeinsam konsumieren):</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Ich habe schon eine Privatunterkunft oder Garten an andere vermietet oder bei anderen genutzt, z.B. Schrebergarten oder WG. 6. Ich habe schon über das Internet gemeinsam mit anderen Dinge organisiert, gekauft oder genutzt, wie z.B. Couchsurfing, Mitfahrgelegenheit oder Mikrokredite. <p>Antwortvorgaben: (1) mache/nutze ich regelmäßig, (2) habe ich schon mal genutzt/gemacht, (3) würde ich durchaus nutzen/machen, (4) kann ich mir nicht vorstellen.</p> <p>Basisfrage: Haben Sie bereits einmal übers Internet eine Privatunterkunft gemietet oder vermietet?</p>

Antwortvorgaben: (1) habe ich schon mal genutzt, (2) würde ich durchaus nutzen, (3) kann ich mir nicht vorstellen.

Filter: falls Basisfrage = (1) oder (2):

Als Gast? Ja/ Nein

Als Gastgeber? Ja/ Nein

Wie haben Sie sich danach gefühlt?

Antwortvorgaben: (1) sehr gut gefühlt, (2) eher gut gefühlt, (3) eher nicht gut gefühlt, (4) gar nicht gut gefühlt.

Ist eine Vermittlungsplattform bekannt? (z.B. airbnb, gloveler, 9flats oder Wimdu) bekannt? Ja/Nein

Filter: falls ja, welche?

(Ankreuzen, vier Möglichkeiten: airbnb, gloveler, 9flats oder Wimdu)

Wie bewerten Sie XY (die angekreuzte)?

Antwortvorgaben: (1) finde ich sehr gut, (2) finde ich eher gut, (3) finde ich eher nicht gut, (4) finde ich gar nicht gut.

B) Konsumentenmerkmale

(In Anlehnung an UNEP (Youth Consumption 2008))

Fragetext:

Was ist Ihnen persönlich bei Produkten und Dienstleistungen besonders wichtig?

- Ich achte auf den Preis
- Ich achte auf die Qualität.
- Ich achte auf Umweltverträglichkeit.
- Ich achte darauf, dass sie innovativ oder modern sind.
- Ich freue mich, wenn ich durch sie mit anderen Menschen zusammen komme.
- Ich achte darauf, dass ich mich damit von der Masse abheben kann.
- Ich achte darauf, dass sich das Unternehmen vorbildlich verhält.

(Alternativ dazu: „Ich achte auf die Integrität des Unternehmens“)

Antwortvorgaben: (1) sehr wichtig, (2) eher wichtig, (3) eher unwichtig, (4) völlig unwichtig.

C) CC-relevante Werte

(In Anlehnung an ALLBUS / Umweltbundesamt:)

Fragetext:

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden persönlichen Werte?

- Besitz, Eigentum
- Kreativität und eigene Ideen
- Interessantes abwechslungsreiches Leben
- Gemeinschaft, soziale Kontakte, gemeinsam Dinge erleben
- Sicherheit, Berechenbarkeit, Zuverlässigkeit

Antwortvorgaben: (1) sehr wichtig, (2) eher wichtig, (3) eher unwichtig, (4) völlig unwichtig.

D) Soziale Persönlichkeit/ Allgemeines soziales Vertrauen

(In Anlehnung an Kassebaum 2004: Inventar zur Erfassung interpersonellen Vertrauens, IIV)

Fragetext:

Wie ist Ihre Meinung zu folgenden Aussagen?

- Im Grunde kann man den Mitmenschen vertrauen.
- In der Regel begegne ich fremden Menschen mit großer Vorsicht.
- Menschen, die von anderen als vertrauenswürdig eingeschätzt werden, vertraue ich auch eher. (*Reputationssystem*)
- Informationen, z.B. durch einen Internet-Steckbrief, helfen mir, einem Menschen zu vertrauen. (*Informationsbereitstellung*)

Antwortvorgaben: (1) stimme sehr zu, (2) stimme eher zu, (3), stimme eher nicht zu, (4) stimme gar nicht zu.

Anlage 2: Etsy „Happiness Umfrage“

8.7.2015

Etsy's 2014 Progress Report


Nach Artikeln oder Shops suchen

Suche

Stöbern ▾

Registrieren

Einloggen



Warenkorb

Statusbericht:

Mitarbeiter

Community

Planet

Happiness Index

Foto von Paulo Nunes dos Santos

Wir sind überzeugt, dass nur glückliche, inspirierte Menschen mit ausreichend Handlungsspielraum herausragende Arbeit leisten können.

Mit dem Happiness Index haben wir ein einzigartiges Instrument entwickelt, um das allgemeine Wohlbefinden und die Verbundenheit unserer Mitarbeiter zu messen und zu verstehen, wie erfolgreich wir die Werte unserer Unternehmenskultur umsetzen. Unser Index evaluiert das Unternehmen als eigenes Ökosystem. Zunächst untersuchen wir das persönliche Wohlbefinden unserer Mitarbeiter nach dem [PERMA-Modell](#), das gemeinsam mit dem Zentrum für Positive Psychologie der Universität von Pennsylvania entwickelt wurde.

Dann beleuchten wir die Beziehungen der Mitarbeiter untereinander, ihr Zugehörigkeits- und Gemeinschaftsgefühl sowie das Maß an Verbundenheit mit Kollegen, Managern und leitenden Angestellten.

Schließlich evaluieren wir die Beziehung unserer Mitarbeiter zum Unternehmen. Haben sie das Gefühl, Veränderungen bewirken zu können und die nötige Freiheit zu haben, um ihre Aufgaben ihren Fähigkeiten entsprechend bestmöglich zu erfüllen? Fühlen sie sich durch das Unternehmen unterstützt? Durch diesen Prozess hoffen wir, ein umfassendes Bild von der Gesundheit unseres Unternehmens zu erhalten und praktische Erkenntnisse darüber zu gewinnen, wo wir noch besser werden können.

Seit der Einführung des Index 2012 konnten wir immer wieder feststellen, dass unsere Mitarbeiter inspiriert sind, sich gefordert fühlen und Freude an ihrer Arbeit haben. Mit Begeisterung haben wir beobachtet, wie die Ergebnisse Jahr für Jahr besser wurden, und das trotz eines bereits sehr hohen Ausgangsniveaus.

Ergebnisse der Happiness-Umfrage 2014

2014 führten wir bereits zum dritten Mal unsere jährliche Happiness-Umfrage durch. Sie hat gezeigt, dass sich unsere Mitarbeiter insgesamt inspiriert und gefordert fühlen und Freude an ihrer Arbeit haben.

Unser Ergebnis im Bereich
allgemeines Engagement

85%

positiv, das ist außergewöhnlich hoch im Vergleich mit anderen Unternehmen.

Unser Ergebnis im Bereich
Übereinstimmung von Werten

92%

der Mitarbeiter fühlen sich mit unserer Mission und unseren Werten verbunden.

Unser Ergebnis im Bereich
Verbundenheit

86%

fühlen sich mit dem Unternehmen und untereinander verbunden.

Unser Ergebnis im Bereich
persönliches Wohlbefinden

84%

positiv, auch 2014, was bedeutet, dass sich unsere Mitarbeiter allgemein wohl fühlen und eine positive Einstellung zur Welt haben.

Antwortrate

92%

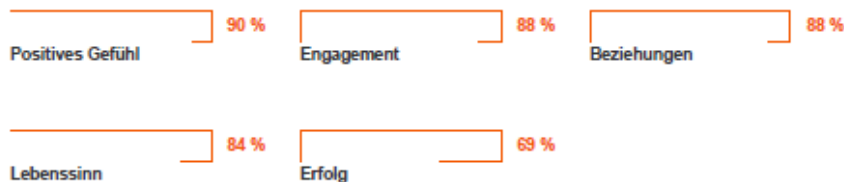
der Mitarbeiter weltweit haben die Fragen beantwortet – ein herausragendes Ergebnis wenn man bedenkt, dass die meisten Unternehmen auf durchschnittlich höchstens 30 % bis 40 % kommen.*

8.7.2015

Elsy's 2014 Progress Report

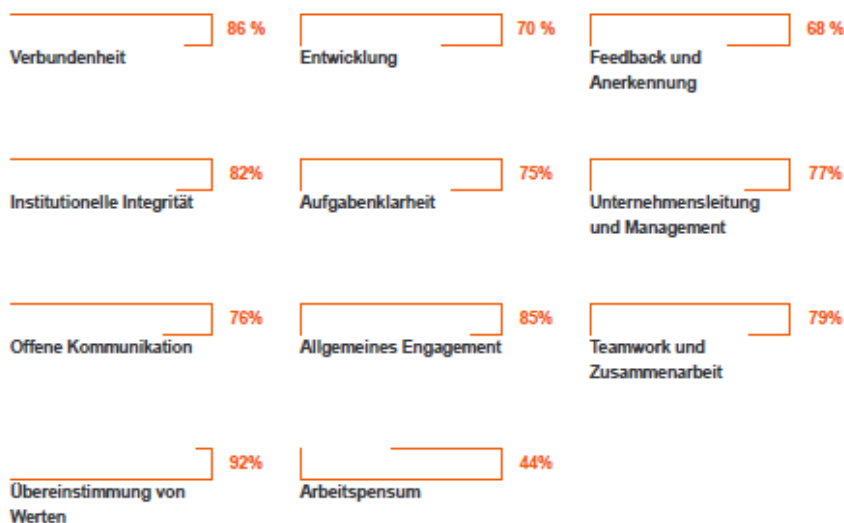
Personliches Wohlbefinden.

Die Fragen dieser Kategorie beziehen sich nicht auf die Arbeit sondern dienen vielmehr dazu, zu verstehen, wie gut es unseren Mitarbeitern persönlich geht.



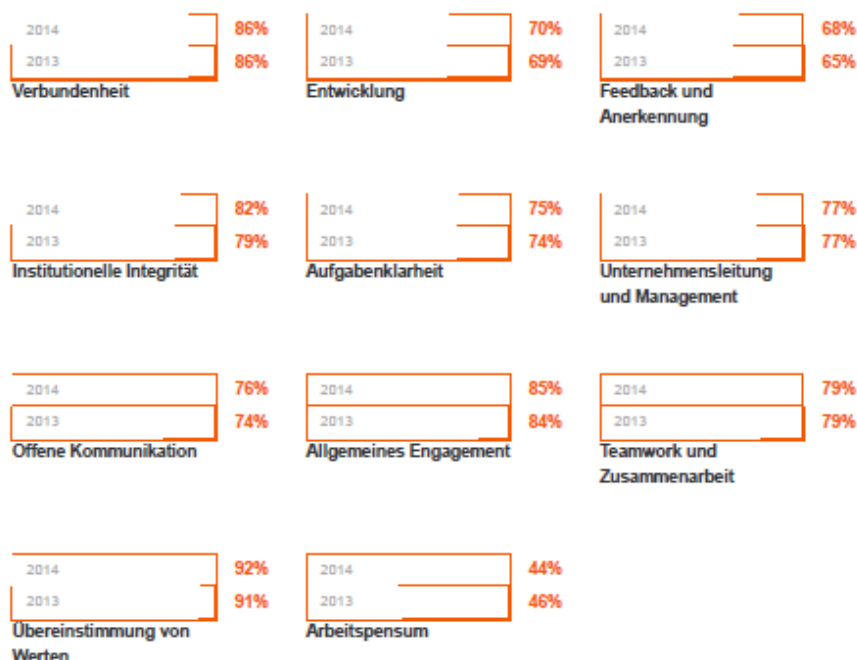
Beziehung zum Unternehmen

Die firmenbezogenen Kategorien unseres Index messen das Zugehörigkeits-, Gemeinschafts- und Verbundenheitsgefühl der Mitarbeiter gegenüber Kollegen und Führungskräften sowie ihre Meinung zur Geschäftstätigkeit des Unternehmens. Stimmen unsere Entscheidungen mit unseren Werten überein und werden sie auf transparente Weise mitgeteilt? Sind die Mitarbeiter der Meinung, dass sie Veränderungen bewirken können? Dass sie die nötige Freiheit haben, um ihre Tätigkeit ihren Fähigkeiten entsprechend nach bestem Wissen und Gewissen auszuüben? Fühlen sie sich vom Unternehmen unterstützt?



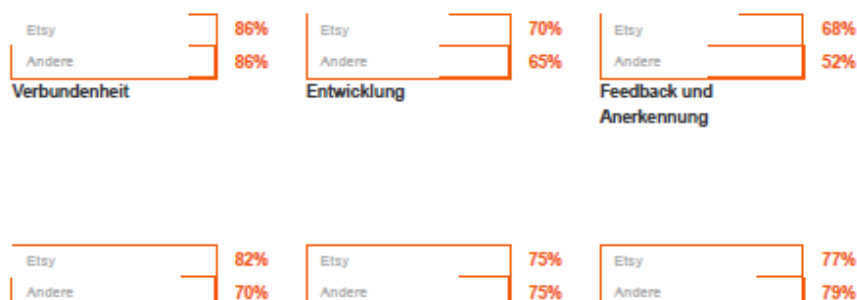
Ergebnisse im Jahresvergleich

Unsere Ergebnisse waren in allen Kategorien (mit nur einer Ausnahme) besser oder unverändert gegenüber dem Vorjahr, und das obwohl sie bereits 2013 sehr gut waren. Und das obwohl während dieser zwei Jahre viele Veränderungen stattfanden und die Geschäftstätigkeit stark ausgebaut wurde.



Branchenvergleich

Wir erzielten in fast allen Kategorien bessere oder vergleichbare Ergebnisse als andere Technologieunternehmen ähnlicher Größe. Ein direkter Vergleich mit anderen Unternehmen ist nicht möglich, da unsere Umfrage speziell auf Etsy zugeschnitten ist.*



8.7.2015

Etsy's 2014 Progress Report

Institutionelle Integrität

Aufgabenklarheit

Unternehmensleitung
und Management

Offene Kommunikation



Allgemeines Engagement

Teamwork und
ZusammenarbeitÜbereinstimmung von
Werten

Arbeitspensum

Näheres zum Arbeitspensum-Ergebnis

Das „Arbeitspensum“ ist ein Ausreißer und ist großteils auf die Art und Weise zurückzuführen, wie wir die beiden Fragen dieser Kategorie formuliert haben. Während die meisten Unternehmen nach den Erwartungen der Mitarbeiter hinsichtlich eines angemessenen Arbeitspensums fragen, möchten wir wissen, inwieweit unsere Mitarbeiter ihre Aufgaben während der normalen Arbeitszeit erledigen können und inwiefern ihr Arbeitspensum Stress verursacht.



Arbeitspensum

1. Mein Job ist nicht besonders stressig.
2. An einem typischen Arbeitstag kann ich alles, was zu tun ist, während meiner normalen Arbeitszeit erledigen.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname

Nürnberg, 18.07.2015